

Monika KACZOR
Uniwersytet Zielonogórski

Utylitaryzm etyczny jako element zachowania językowego (na podstawie tekstów ofert firm ubezpieczeniowych)

Streszczenie

Celem artykułu jest pokazanie, w jaki sposób w kontaktach językowych, uwarunkowanych potrzebami ekonomicznymi materialnymi, wartości etyczne i moralne są przedmiotem działania i poznawania. Istotne znaczenie dla przedstawionych rozważań związanych z instrumentalnym traktowaniem wartości mają takie zjawiska, jak: utylitaryzm etyczny, decyzyjonizm aksjologiczny, egoizm etyczny, eklektyzm etyczny, społeczny akonstrukcjonizm, uniwersalizm etyczny, utylitaryzm indywidualistyczny, utylitaryzm społeczny. Znajdują one praktyczną realizację za pomocą strategii amplifikacyjnych.

Słowa kluczowe: etyka społeczna, językoznawstwo aksjologiczne, utylitaryzm etyczny.

Utylitaryzm jest określany jako: 1. konkretny program moralny; 2. szczególny sposób postępowania ocenianego w kategoriach moralnych; 3. rzeczywista świadomość moralna konkretnych jednostek (Probucka 2013, 5). Wiąże się z etyką i teorią wartości. Ma metaetyczne implikacje, wykorzystywane jako elementy zachowania językowego w tych przekazach, w których wskazuje się na zasady słusznego działania ze *stricte* moralnego punktu widzenia.

Motywacją *etycznego utylitaryzmu* jest intensywne poszukiwanie szczęścia w stopniu maksymalnym. Jednakże to „utilitarystyczne szczęście” bywa pojmowane jako przyjemność, doraźne zaspokojenie, które „uszcześliwia” poszczególne jednostki bez względu na obiektywne wymagania prawdziwego dobra. Utylitarystyczna kultura skłonna jest oceniać wartość rzeczy (a nawet ludzi) według kryterium ich bezpośredniej „przydatności”¹.

¹ Na ten temat mówiła prof. Maria Peisert na konferencji *Etyka słowa II* (Warszawa 25–16 listopada 2014 r.). Por. *Utylitaryzm etyczny we współczesnym dyskursie publicznym* – w druku.

Pod wpływem gwałtownego rozwoju cywilizacji, wzrostu dystrybucji i konsumpcji dóbr nastąpił wyraźny proces przemian aksjologiczno-etycznych, które znajdują odzwierciedlenie w języku i w formach relacji społecznych oraz w kształtowaniu się określonych form kontaktów językowych. W kontekstach społecznych zwraca uwagę sposób, w jaki określone sprawy nabierają ważności (Czyżewski, Dunin, Piotrowski 1991, 15–35). W dyskursie publicznym pewne zjawiska ulegają unieważnieniu ze względu na upowszechniającą się hierarchię ważności, wynikającą z relatywizacji, załamывania i rozmywania się pewnych wartości, mających znaczący wpływ na jakość kontaktów międzyludzkich (Bartmiński 2016).

Artykuł ma charakter językoznawczy. Jest to ważne zastrzeżenie, ponieważ *utilitaryzm etyczny* wiąże się z teorią prospołecznego rozwoju moralnego, podkreślającą rolę empatii w emocjach, motywacjach i zachowaniach moralnych, której przypisuje się również szczególne znaczenie w procesach poznawczych. Jako doktryna etyczna, głosząca, że najważniejszym celem moralnym jest dobro społeczeństwa, osiąganego przez pomnażanie dóbr jednostek, ma wiele wspólnego z moralnością, filozofią, socjologią, a nawet teologią.

W niniejszym artykule refleksji badawczej będzie towarzyszyć również problematyka aksjonormatywna, której przedmiotem jest opisanie konkretnych aktów społecznych i towarzyszących im wartości, norm, zasad, ocen, motywacji, oraz zagadnienia związane z relatywizmem i absolutyzmem aksjologicznym. Za pomocą języka zostaje wyrażony sposób i przebieg internalizacji (Gołaszewska, 1986, 81–102) pojęć-wartości, ich dobór i jakość, regulujących stosunki między jednostkami i grupami społecznymi w różnych sferach życia społecznego.

W językowej analizie zjawiska utilitaryzmu etycznego jest ważne rozpoznanie działań i zachowań człowieka i społeczności, realizujące określone wartości, normy i zasady, które przy udziale języka budują horyzont aksjologiczny (Puzynina, Zdunkiewicz 1992, 215–227). Pokazują one również to, co dzieje się z utilitaryzmem etycznym wyrażonym za pomocą pojęć-wartości, ważnych dla moralnego uporządkowania życia społecznego (Puzynina, Zdunkiewicz 1992, 215–227).

Prezentowane rozważania mieszczą się w szeroko rozumianej lingwistyce aksjologicznej, która, badając różne teksty, wprowadza następujące rozgraniczenia: 1. badania nad sposobem i zakresem wyrażania wartości przez jednostki języka jako systemu; 2. badania nad sposobem wyrażania wartości w analizowanych tekstach lub określonym typie tekstów (Puzynina 1991, 129). Te typy badań są wzajemnie od siebie zależne.

Biorąc pod uwagę etyczno-moralną płaszczyznę językową ofert ubezpieczeniowych, celem artykułu jest odpowiedź na następujące pytania: jakie konsekwencje dla kontaktów językowych może mieć kategoria użyteczności? Jak jest ona rozumiana przez nadawcę i adresata wspomnianych komunikatów językowych? Jakie cechy tego pojęcia są wykorzystywane w relacjach językowych,

których podstawą jest kryterium moralnej wartościowości działań? Jak realizuje się utylitarystyczne myślenie w kontaktach językowych? (Czyżewski, Dunin, Piotrowski 1991).

Współcześnie można zaobserwować pewne zmiany w regułach zachowań językowych, określających sposób współżycia społecznego i działań odwołujących się do wartości, zasad i kryterium moralnej wartościowości, które są podporządkowane skuteczności marketingowej (Michalewski 2008):

Ubezpieczenie funeralne jest to z całą pewnością perspektywiczny produkt. A powodów jest kilka: starzejące się społeczeństwo, zmniejszony zasilek pogrzebowy, chęć ubezpieczonych do nieobciążania najbliższych kosztem pogrzebu, wzrost świadomości klientów.

Wraz z rozwojem gospodarczym zauważyć można zdecydowanie większe zainteresowanie ze strony społeczeństwa ubezpieczeniami na życie. Ludzie zaczęli sobie uświadamiać wszystkie korzyści, jakie wynikają z posiadania odpowiednio dobranej polisy na życie.

W przedstawionych przykładach można zauważyć powszechnie używane strategie marketingowe, które zachęcają do zawarcia umowy ubezpieczeniowej i jednocześnie podtrzymują komunikację między jej nadawcą a odbiorcą. Powyższe teksty są pewną formą manipulacji, czyli dążeniem do tego, by skłonić, w jakikolwiek sposób, odbiorcę do dokonania odpowiedniego wyboru umowy ubezpieczenia. W tych przykładach wykorzystuje się chwyt, które oddziałują na podświadomość osoby zainteresowanej taką formą ubezpieczenia. Przebiega to poprzez nawiązanie do określonych wartości etyczno-moralnych (*odpowiedzialność, sumienie, prawda*), ale również z uwzględnieniem aspektów ekonomiczno-finansowych. Na te wartości nakłada się pożądaną interpretację tak, by zniwelować różnice między dobrobytem duchowym a dobrobytem materialnym. Związane z tym działania językowe są ukierunkowane na skuteczność i efektywność. Przykłady takich zmian są widoczne w tekstach ofert firm ubezpieczeniowych², w których elementem integrującym nadawcę i odbiorcę są wartości, używane w sposób sugestywny. Zwraca w nich uwagę specyficzne myślenie aksjologiczno-etyczne nadawcy, wynikające z rozważań moralnych kwestii i podejmowania moralnych decyzji. W propozycjach ubezpieczeń na życie podkreśla się wagę budowania relacji personalnych o bardziej ludzkim obliczu, poczucia międzyludzkiej solidarności.

Takie kształtowanie kontaktów językowych wiąże się również z łączeniem wartości moralnych z wartościami pozamoralnymi (np. estetycznymi, ekonomiczno-produkcyjnymi), co prowadzi do eklektyzmu etycznego. Upowszechnia się przekonanie, że ekonomia, która jest wpisana w usługi ubezpieczeniowe, nie może być traktowana jako gra obracająca się jedynie według swoich własnych praw, pozbawionych konkretnego odniesienia do świata podstawowych wartości

² Materiałem do analizy są teksty oferty ubezpieczeniowej (polisy) *Moi bliscy* zamieszczone na stronie internetowej https://www.moibliscy.pl/?utm_source=Google_SEO&utm_medium=AdWords_text_MC&utm_campaign=MB&gclid=CLSb66izlMMCFSSWtAodjwkArA.

moralnych. Innymi słowy, nie można tworzyć właściwych relacji międzyludzkich bez zwrócenia uwagi na wartość ogólnych zasad moralnych oraz na reguły zachowań i motywacji określonych działań i zachowań językowych. Zasada, która może budować relacje między firmami ubezpieczeniowymi a klientem, jest *utilitaryzm etyczny*.

Utilitaryzm etyczny, na którym oparty jest kontakt między ubezpieczającym, czyli jednostką organizacyjną zawierającą umowę ubezpieczenia, a ubezpieczonym, a więc osobą objętą ochroną ubezpieczeniową, polega na takim ukształtowaniu przekazu językowego, by zwrócić uwagę tych osób, które wybrały określoną opcję ubezpieczenia, na maksymalizację szczęścia i minimalizację nieszczęścia, szkód, krzywdy czy bólu:

Wykupując ubezpieczenie na życie, takie jak polisa „Moi bliscy” człowiek ma zagwarantowaną wypłatę odszkodowania na wypadek kalectwa lub bardzo poważnej choroby. W razie śmierci ubezpieczonego, jego najbliżsi, których wskazał w polisie będą mogli liczyć na odszkodowanie. Jest to niezmiernie ważne, gdy osoba ubezpieczona była głównym żywicielem rodziny. Należy więc poważnie pomyśleć nad tym, czy miesięczne składki na ubezpieczenie w dłuższym okresie nie okażą się korzystną lokatą. Tym bardziej, że wykupienie polisy nie zawsze musi oznaczać wysokiego zobowiązania finansowego.

Wystarczy wybrać taką ofertę, na którą kogoś będzie stać, a która w razie nieszczęśliwego wypadku zapewni bezpieczeństwo finansowe ubezpieczonej osoby bądź jej najbliższej rodziny. Aby móc skorzystać z taniej polisy na życie, warto ubezpieczyć się jeszcze, kiedy jest się młodym, zdrowym oraz pełnym sił człowiekiem.

Polisa na życie zawsze będzie trafioną inwestycją, należy tylko znaleźć odpowiedni kompromis między możliwościami finansowymi, a ochroną ubezpieczeniową, na jaką będzie można liczyć w każdej nieprzewidzianej sytuacji. Każdy powinien dopasować polisę na życie do własnych potrzeb.

Odpowiedzialność – to pojęcie, które zwraca uwagę w powyższych fragmentach tekstu. Jest ono obowiązkiem moralnym odpowiadania za swoje czyny, a także formą przyjęcia troski zadbania o siebie i swoich najbliższych. W tym typie kontaktu językowego liczy się więc etyka użytecznych konsekwencji, która może być podstawą codziennych wyborów życiowych. Jest ona imperatywem w ogólnych warunkach ubezpieczenia, którym przyświeca pewnego rodzaju system moralny – minimalizacja złych skutków i maksymalizacja skutków pozytywnych. Normy, zasady i reguły obowiązujące w tym kontakcie wynikają z przyjętego nie wprost systemu wartości, który polega na tym, że określonym decyzjom (etycznym, moralnym) przyznaje się wyższe miejsce na skali niż innym (ekonomicznym, finansowym) (Moore 1980, 14–15).

W kontaktach między klientem a firmą ubezpieczeniową *utilitaryzm etyczny* jest realizowany przede wszystkim jako zdolność takiego wyboru dobra godziwego na podstawie interpretacji treści płynących z (własnego) doświadczenia w różnych sytuacjach życiowych, które czyni człowieka coraz bardziej człowiekiem (Grzegorzczak 1989):

Będąc w dość młodym wieku, gdy ma się zapewnione godziwe warunki bytu oraz otrzymuje się co miesiąc wysokie wynagrodzenie, trudno dla takiej osoby znaleźć racjonalne powody, dla których powinno się zawrzeć polisę na życie. Jednak czasem warto się zastanowić czy ktoś zamierza przejść samotnie przez życie. Czy nie przyjdzie w końcu taki czas, w którym założy się rodzinę? A może zdarzy się jakiś nieszczęśliwy wypadek lub ktoś zachoruje na poważną chorobę, co spowoduje, że nie będzie można kontynuować pracy zawodowej. Leczenie może być bardzo drogie, co przyczyni się do tego, że posiadane oszczędności w bardzo szybkim tempie znikną i wyczerpią się wszystkie możliwe źródła finansowania. W takim wypadku, w bardzo krótkim czasie może pogorszyć się stopa życiowa. Posiadanie w takim wypadku ubezpieczenia na życie, w którym zostanie wykupiona opcja zabezpieczenia się na wypadek choroby lub innej formy utraty zdrowia, może zapewnić ubezpieczonemu niezbędne środki na funkcjonowanie w społeczeństwie na zbliżonych do dotychczasowych warunkach życia. [...] Wielu osobom wydaje się, że polisa na życie to tylko strata pieniędzy, których nigdy się nie odzyska. W żadnym wypadku nie należy godzić się z takim stwierdzeniem. Nikt przecież nie wie, co czeka go za dzień, miesiąc czy rok. W razie nieszczęśliwego wypadku, choroby czy też śmierci, posiadając polisę na życie sam ubezpieczony lub jego najbliżsi będą zabezpieczeni pod względem finansowym.

Nikt nie zna jutra oraz tego, co może się przydarzyć. Nawet będąc zdrową osobą, która nigdy nie korzystała z poważniejszych porad medycznych, istnieje pewne ryzyko, że nagle przydarzy się coś nagłego, nieprzewidywalnego, jakieś niefortunne zdarzenie, które w jednej chwili może wyrzucić całe życie do góry no nogami. Skutkiem tego może być długotrwała choroba, która do tej pory ukrywała się w niczego niespodziewającym się organizmie lub inne pechowe wydarzenie, nieszczęśliwy wypadek, przez który taki ktoś znajdzie się w szpitalu.

Niestety koszty leczenia mogą być bardzo kosztowne. Podstawowe obowiązkowe ubezpieczenie medyczne może nie wystarczyć, aby skorzystać z wszystkich najlepszych metod na szybki powrót do zdrowia. Dotyczy to zwłaszcza czasu oczekiwania na konsultację u specjalisty. Z tego powodu konieczne są wizyty w prywatnych gabinetach lekarskich. Nie każdego na to stać, dlatego chcąc zabezpieczyć się przed taką ewentualnością warto posiadać odpowiednie ubezpieczenie.

W powyższych fragmentach oferty ubezpieczeniowej zwracają uwagę osoby ujęcia (powtórzenia, peryfrazy) takich przykładowych wartości, jak: *odpowiedzialność*, *sumienie*, *zdrowie*, *życie*, które są kryterium wartościowych moralnie czynów.

W ofertach ubezpieczeniowych zakłada się również zdolność klienta do wyboru i odpowiedzialności za to, co czyni³. Stąd ten rodzaj kontaktu językowego odwołuje się do wartości etycznych, realizowanych w określonych warunkach życiowych (np. niezdolności do samodzielnej egzystencji, poważnego zachorowania). W tekstach umów istotne znaczenie ma to, by pokazać, że wybory etyczne i moralne są naprawdę ważne i nadają wartość relacjom międzyludzkim:

W każdej chwili może przydarzyć się nieszczęśliwy wypadek, nikt nie jest w stanie ich uniknąć. Posiadanie ubezpieczenia na życie w pewnym sensie zminimalizuje jego niepo-

³ Etyka wynikająca z utilitaryzmu zakłada, że człowiek dąży do korzyści własnej i grupy społecznej, do której należy.

żądane skutki. Zapewni spokój osobie ubezpieczonej, jak również jej najbliższej rodzinie. Każdy może wybrać taki rodzaj polisy na życie wraz ze wszystkimi dodatkami, która spełni jego wszystkie wymagania i będzie przynosiła wyłącznie same korzyści.

Wcześniej zostało już wspomniane to, że utylitaryzm etyczny zakłada wybór odpowiedniego *dobra*⁴. Celem ludzkiego działania jest więc *dobro godziwe* (*bonum honestum*), *dobro użyteczne* (*bonum utile*) oraz *dobro przyjemne* (*bonum delectabile*), które zostaje wyrażone za pomocą wyrazów i ich treści w określonych kontekstach opisowo-wartościujących, budujących kontakt między klientem a firmą ubezpieczeniową:

Ubezpieczenie na życie, np. takie jak polisa „moi bliscy”, z całą pewnością będzie dobrym rozwiązaniem dla wszystkich tych, którzy w trosce o swoich najbliższych chcą im zapewnić bezpieczny byt na wypadek jakiegokolwiek nieprzewidzianej sytuacji.

Ten rodzaj kontaktu językowego jest oparty na wartościach i w związku z tym jest swoistego rodzaju bitwą o wartości (Puzynina 2007, 24–36). Polega ona na zapobiegnięciu czemuś szkodliwemu, przykreemu, niekorzystnemu, ale również na chęci osiągnięcia korzyści, zysku, czemu służy zdobycie klientów przez „promocję” określonych wartości. W kontakcie z klientem określone zasady wartości są traktowane instrumentalnie dla osiągnięcia wartości docelowych. Sięga się po wartości, które znajdują uznanie w społeczeństwie lub w określonej grupie społecznej, zaspokajają konkretne potrzeby. Są dobre pod względem użyteczności i przypisuje się im możliwość wywołania pozytywnych reakcji. Utożsamia się je z tym, co jest cenne (*braterstwem, człowieczeństwem, godnością, poczuciem obowiązku, sprawiedliwością, szacunkiem, szczerością, uczciwością*), godne pożądanego przez określoną zbiorowość społeczną lub jednostkę i stanowi cel ludzkich dążeń (*dobro, szczęście*) oraz odpowiada wysokim wymaganiom moralnym. Przez odwołanie się do tych wartości wskazuje się na zestaw cech uznawanych za dobre, będących wzorem postępowania, godnym urzeczywistnienia.

W analizowanych tekstach umów ubezpieczeniowych istotne znaczenie mają normy wartości (Ossowska 1970, 14), a przede wszystkim wartości ogólnokulturowe. Akcentuje się w nich przede wszystkim zasady i wartości stanowiące w naszej kulturze o wysokiej ocenie człowieka, jego postawie etyczno-moralnej wobec samego siebie i w relacjach z bliskimi. Wobec tego zwraca się uwagę na wartościowanie w praktyce życiowej, odczuwanie tego, co może mieć znaczenie pozytywne lub negatywne w doświadczeniach życiowych. Szczególnie akcentuje się obowiązki moralne człowieka – czuwanie nad bezpieczeństwem swoim i innych osób, ochronę *życia* jako wartości witalnej, *życia* – cennego i wymagającego zabezpieczenia przed czymś złym lub niebezpiecznym. Do kontekstów językowych wprowadza się wartościowanie dobre lub złe pod względem określonych elementów rzeczywistości. I tak na przykład w pozornym dialogu zosta-

⁴ To dobro jest uwarunkowane antropologicznie i metafizycznie.

je przedstawiona interpretacja ważnych wartości takich, jak np.: *odpowiedzialność, sumienie, życie*:

Czy zastanawiałeś się kiedyś, kto zapłaci za Twój pogrzeb, kiedy odejdiesz?

[...]

To nie szkodzi, że do tej pory nie pomyślałeś o ubezpieczeniu na życie, to nie szkodzi, że jesteś już wiekowy, schorowany i na standardowych warunkach nie możesz już kupić polisy; mamy dla Ciebie coś specjalnego – polisę dla Twoich najbliższych, która sprawi, że unikną kłopotów finansowych związanych z twoim odejściem. Wystarczy tylko twoja decyzja. Wypełnij formularz kontaktowy na naszej stronie internetowej albo skontaktuj się z naszym telefonicznym konsultantem, który doradzi i pomoże w wyborze najlepszego rozwiązania. To niewiele kosztuje, a tak wiele pomaga przewidzieć.

Utylitaryzm etyczny wychodzi z założenia, że człowiek zasadniczo dąży do korzyści osobistej lub własnej grupy, do której należy. W następującym fragmencie oferty ubezpieczeniowej

Czy zastanawiałeś się kiedyś, kto zapłaci za Twój pogrzeb, kiedy odejdiesz?

[...]

Bezterminowe Ubezpieczenie na Życie gwarantuje wypłatę gotówki, która pomoże Twoim bliskim pokryć koszty Twojego pogrzebu oraz innych zobowiązań finansowych. Dzięki temu w tak trudnych dla siebie chwilach Twoi Bliscy nie będą musieli martwić się kwestiami finansowymi.

kontakt między agencją ubezpieczeniową a klientem jest splotem postaw, działań i celów, a także ich interpretacją i oceną. Z powyższego fragmentu można wysnuć sąd, opierający się na hipotezie, że *dobro* człowieka i jego bliskich ma wartość wyższą niż interes ekonomiczny. Ten kontakt stawia sobie za cel zachowanie szacunku dla osoby w konkretnych uwarunkowaniach życiowych, czy wręcz mimo tych uwarunkowań. Te relacje są oparte na asocjacyjnym nacechowaniu aksjologicznym, które wiąże się z różnym stopniem wartościowania takich stanów, jak *życie, cierpienie, śmierć*. Zależy ono od doświadczenia człowieka, jego osobowości i ukształtowanego światopoglądu. Wybór określonych wartości i dochodzenie do uzasadnienia tego wyboru są oparte na określonym systemie wartościowania, implikującym ocenę przedstawionej sytuacji, będącej płaszczyzną kontaktu językowego między nadawcą a odbiorcą oferty ubezpieczeniowej.

Wskazanie problemów, które nadawca komunikatu uznaje za istotne dla spraw wartościowania, jest miejscem realizowania się *utylicy* *utylicy* *etycznego*. Przez *utylicy* *utylicy* *etyczny* przebiega ludzka potrzeba zabezpieczenia się przed złem i nieszczęściem, które dla człowieka mogą być pełne znaczenia. Wobec tego kontakt językowy może być oparty na rekonstrukcji pewnych rozumowań, koniecznych do uzasadnienia, że człowiek jest wartością samą w sobie. Implikowanie zasad wartości i ogólnych sądów wartościujących ma na celu pokazanie, że nadawca kieruje się podstawowymi normami moralnymi, w których człowiek nie jest traktowany instrumentalnie kosztem swej godności i podmiotowości. Godność osobowa człowieka jest źródłem i racją powinności tego rodzaju działań.

Wybierając wysokość polisy, należy dobrze znać własną sytuację finansową, nie tylko bieżącą, na którą wpływ mają zaciągnięte kredyty czy inne zobowiązania, ale również planowane inwestycje w przyszłości. Zbyt duże comiesięczne obciążenie może w znaczący sposób ograniczyć jakość życia. Ważne jest również to, czy w przypadku ewentualnej śmierci czy poważnej choroby ubezpieczonego, jego rodzina będzie w stanie samodzielnie się utrzymać. Duże znaczenie będzie tu miała ilość małoletnich dzieci na utrzymaniu. Wysokość sumy ubezpieczenia powinna uwzględniać wydatki na prowadzenie domu oraz potrzeby, jakie mają członkowie rodziny, najlepiej, jakby mogła w całkowity sposób zastąpić dochody ubezpieczonej osoby. [...] Warto ubezpieczyć swoje zdrowie na wypadek jakiegokolwiek nieprzewidywalnej sytuacji życiowej.

Przedłużeniem takiego toku rozumowania jest odwołanie się do *odpowiedzialności moralnej*. Chodzi przede wszystkim o przyjęcie odpowiedzialności za konsekwencje swoich etycznych wyborów i o wpływ, jaki one (lub ich zaniechanie) mogą spowodować w życiu innych ludzi. Implikacją takiego wartościowania jest założenie, że ponosimy odpowiedzialność za to, co się nam nawzajem przydarzy. Odwoływanie się do wartościowania, opartego na przewidywaniu konsekwencji określonych wyborów i uzasadnieniu ocen oraz praktycznych rezultatów działania, jest widoczne w kolejnym fragmencie oferty ubezpieczeniowej:

Nie chcemy o tym myśleć, ale wystarczy spojrzeć na codzienne relacje w prasie czy telewizji, aby przekonać się, że każdy z nas jest narażony na śmierć w wypadku. Niestety, Polska jest na pierwszym miejscu pod względem liczby osób ginących w wypadkach samochodowych w Europie. Średnio 9 osób każdego dnia traci życie na polskich drogach. Wypadki drogowe to tylko jeden z powodów, dla których powinieneś zabezpieczyć siebie i swoją rodzinę przed kosztami związanymi z tragiczną śmiercią. Ochrona Wypadkowa daje Ci pewność, że jeśli zginiesz w jakimkolwiek wypadku, Twoja rodzina otrzyma dodatkowe wsparcie finansowe. Wybrana przez Ciebie kwota może pomóc zabezpieczyć finansową przyszłość Twojej rodziny, kiedy sam nie będziesz już mógł o nią zadbać.

Intencją analizowanych tekstów jest przysparzanie ludziom szczęścia lub dobra (Czapliński 1993, 44–47). W kontaktach językowych wartości mogą pociągać człowieka na płaszczyźnie motywacyjnej wizjami idealnych sytuacji, które przynoszą zadowolenie etyczne, przyjemność i satysfakcję wynikające ze stanu świadomości (Najder 1971, 162). Szczególnie eksponuje się wartość *życia*, która jest dla człowieka najważniejsza, i jej podporządkowuje się wartości niższe, materialne.

Życie jako wartość nadrzędna wyzwala potrzebę dokonania czynu słusznego, dobrego. Jest racją wyjaśniającą, ze względu na którą określony czyn jest pożądany:

Jeśli polegasz tylko na publicznej służbie zdrowia, Ty i Twoi bliscy możecie czekać wiele dni lub nawet miesięcy na wizytę u lekarza specjalisty czy na specjalistyczne badania. Może zdarzyć się też, że jedynym wyjściem będzie skorzystanie z usług prywatnych gabinetów lekarskich, które często są bardzo drogie. Dlatego właśnie polisa Dzielne Świadczenie Szpitalne zapewni Ci wsparcie finansowe za każdy dzień pobytu w szpitalu, niezależnie od tego, czy był on spowodowany wypadkiem czy chorobą, pod warunkiem, że hospitalizacja trwała dłużej niż dwa dni (nie licząc dnia wypisu). Otrzymane świadczenie – w wysokości nawet do 1000 zł za każdy dzień pobytu w szpitalu – możesz wykorzystać w dowolnie wybrany sposób, nawet niezwiązany z pobytem w szpitalu.

Nie sposób nie zauważyć, że relacja między nadawcą a odbiorą oferty ubezpieczeniowej jest oparta na wartościach, które mają charakter instrumentalny. Ich funkcja zostaje zredukowana do skuteczności. Wartości są środkiem w realizacji określonych potrzeb, celów, pragnień, interesów. W tych kontaktach językowych podkreśla się to, że wartość tkwi w działaniach, w realizacji konkretnych zamierzeń i w ich konsekwencjach, a więc w wartościowości działań. Odpowiednie interpretowanie i przedstawianie wartości ze względu na zasady realizowania umów ubezpieczeniowych jest tym, co organizuje myślenie i działanie firm ubezpieczeniowych. W ten sposób w podejmowanych decyzjach zostają potwierdzone określone sądy aksjologiczne dotyczące sfer życia człowieka lub zbiorowości (Zieliński 2005, 36). W poniższych fragmentach ofert ubezpieczeniowych *odpowiedzialność* to aktywne działanie mające na celu podnoszenie jakości życia człowieka i jego najbliższych, współuczestnictwo w życiu bliskich osób:

Co sprawia, że Terminowe Ubezpieczenie na Życie jest takie ważne?

Terminowe Ubezpieczenie na Życie to rodzaj ubezpieczenia rekomendowany przez ekspertów finansowych jako zapewniający największe kwoty ubezpieczenia za najniższe składki. Możesz zapewnić sobie ochronę w wysokości nawet do 100 000 zł, płacąc naprawdę niewiele za swoją miesięczną składkę. Gotówka zostanie wypłacona Twoim Bliskim niezależnie od przyczyny Twojej śmierci i pomoże im pokryć koszty pogrzebu oraz innych zobowiązań finansowych. Dzięki temu, w tych trudnych emocjonalnie chwilach Twoi Bliscy nie będą musieli martwić się kwestiami finansowymi.

4LifeDirect podkreśla, że ich ubezpieczenia kierowane są również do osób, którym nie chodzi o pozostawienie rodzinom fortuny. Niektórzy chcą po prostu mieć pewność, że nie zostawią po sobie niezapłaconych rachunków lub że nie obciążą rodzin kosztami swojego pogrzebu.

Także argumenty uzasadniające utylitarystyczne przekonania wskazują na sposób motywowania ostatecznych racji, dla których warto się ubezpieczyć:

Pobyt w szpitalu może zrujnować Twoją sytuację finansową. W przypadku długotrwałej choroby bądź pobytu w szpitalu wskutek wypadku ostatnią rzeczą, jaką chciałbyś mieć, są kłopoty finansowe. Dienne Świadczenie Szpitalne zapewnia Ci świadczenie w gotówce za każdy dzień hospitalizacji, co pomoże Ci pokryć koszty związane z leczeniem czy rehabilitacją.

Istotne znaczenie dla realizacji utylitaryzmu etycznego ma to, że oferta ubezpieczeniowa jest adresowana do indywidualnego, jak i do zbiorowego odbiorcy. W ten sposób upewnia się odbiorcę, że czyn jest moralnie słuszny, jeśli przyczynia się do szczęścia (przyjemności), braku cierpienia nie tylko jednostki, ale także większej grupy osób. Celem działania człowieka jest szczęście jak największej liczby osób, co ma wpływ na ogólną sumę dobra, wynikającą z czynu dla większej liczby osób. Maksymalizacja szczęścia, opłacalności, użyteczności i zysku jest identyfikowana z wartościami ekonomicznymi i promowana ilościowo:

Wariant indywidualny – Najlepsza opcja ubezpieczenia dla jednej osoby – ubezpiecz tylko siebie, bądź jedną z bliskich osób.

Wariant małżeński – Dzięki temu wariantowi możesz ubezpieczyć się razem z bliską Ci osobą – współmałżonkiem czy partnerem.

Wariant rodzinny – Ten wariant pozwala Ci objąć ochroną całą Twoją rodzinę: Ciebie, małżonka i dzieci w wieku do 18 lat. Aby dowiedzieć się więcej, zostaw nam swoje dane kontaktowe, a oddzwonimy do Ciebie i obliczymy Twoją składkę – bez żadnych zobowiązań.

Tak naprawdę to prawie nikt nie kupuje polisy ze względu na własną osobę. Wyjątek stanowią tylko te dodatkowe ubezpieczenia, które gwarantują świadczenia poszkodowanej osobie, która uległa nieszczęśliwemu wypadkowi. W pozostałych przypadkach polisa na życie jest zawierana głównie w takim celu, aby zabezpieczyć pod względem finansowym najbliższe osoby ubezpieczonego. Nie uchroni ona w żaden sposób przed nieprzewidzianym zdarzeniem, niebezpieczną sytuacją, nieszczęśliwym wypadkiem, ale z pewnością sprawi, że skutki tego zdarzenia nie będą aż tak mocno odczuwalne.

W coraz większym stopniu ludzie zaczynają też zabezpieczać rodzinny byt, który może być zagrożony, jeśli przydarzy im się jakiś nieszczęśliwy wypadek. Chcą mieć po prostu pewność, że ich bliscy nie zostaną pozostawieni samym sobie, że będą mieć zapewnione niezbędne środki finansowe na pokrycie bieżących zobowiązań i dalsze godziwe życie.

Kryterium *dobra* (Grzegorzczkova 2003, 261–272) i kryterium czynu stanowią decydujące warunki i reguły w kontaktach językowych, w których realizuje się utylitaryzm etyczny. Polegają one na stosowaniu się do takich zasad właściwych dla życia społecznego i wspólnotowego, jak: *prawdomówność, dostrzymywanie obietnic, przyrzeczeń, zobowiązań*:

„Moi bliscy” jest ubezpieczeniem na całe życie. Towarzystwo nie kryje celu, jaki ma ono realizować: wypłatę gotówki, która pomoże bliskim pokryć koszty pogrzebu oraz innych zobowiązań finansowych. Ubezpieczenie może zapewnić świadczenie nawet w wysokości do 100 000 zł, co bez wątpienia wyróżnia je na tle ofert konkurencji. Firma gwarantuje akceptację dla osób w wieku do 85 lat. Brak badań lekarskich. Gdy chodzi o sumę ubezpieczenia oraz składkę – są one niezmiennie w całym okresie ubezpieczenia. Dla niektórych te warunki mogą okazać się minusem (brak indeksacji, czyli urealnienia wysokości składki i sumy ubezpieczenia), dla innych wystarczające (wystarczy przewidzieć konieczną sumę w przewidywalnej perspektywie czasowej).

Utylitaryzm etyczny jest widoczny również w tych fragmentach tekstów, które mają charakter wartościujący (Puzynina 2004, 179–189). Istotne są zatem takie leksemy wartościujące, jak: *dobry, dobrze, godny, nieobojętny, obowiązek, powinien, pozytywny, słuszny, wartościowe, wartościowy*. Np.:

Ubezpieczenie funeralne stanowi dobre uzupełnienie ubezpieczeń ochronnych.

Z powyższych rozważań wynika, że elementami utylitaryzmu etycznego w tekstach ofert firm ubezpieczeniowych są: decyzyjizm aksjologiczny, egoizm etyczny, eklektyzm etyczny, społeczny akonstruktoryzm, uniwersalizm etyczny, utylitaryzm indywidualistyczny, utylitaryzm społeczny. Mówi się o nich za pomocą określonych strategii amplifikacyjnych.

Utylitaryzm etyczny to normy, zasady, reguły, kryteria odnoszące się do kodeksu etycznego zinternalizowanego, do postaw i konkretnych sposobów postę-

powania. W tekstach ofert firm ubezpieczeniowych utylitaryzm etyczny jest budowany za pomocą takich wartości, jak:

- wartości egzystencjalne (ułatwiają uzmysłowienie sobie sensu życia, są siłą sprawczą działań);
- wartości instrumentalne, które prowadzą do określonych korzyści ekonomicznych (np. zysk, opłacalność); są przydatne, skuteczne, korzystne;
- wartości metafizyczne (np. dobro, szczęście);
- wartości moralne związane z pragnieniem czynienia dobra, przejawiające się w postawach i działaniach (np. dobro);
- wartości witalne (np. choroba, śmierć, zdrowie, życie);
- wartości odczuciowe (np. przyjemność, szczęście);
- wartości ostateczne (ból, zło, śmierć, nieszczęście, krzywda drugiego człowieka).

Utylitaryzm etyczny występujący w kontaktach językowych, których podstawą jest umowny obowiązek zawarty z odpowiednią instytucją w celu otrzymania wsparcia finansowego lub odszkodowania za straty przewidziane w umowie, jest skoncentrowany na podejmowaniu decyzji wokół określonych wartości nie tylko praktycznych i materialnych, ale również etycznych i moralnych (Cegieła 2011, 145–224), będących przedmiotem działania i poznania (*decyzjonizm aksjologiczny*). Dotyczy on postawy zakładającej aksjomat etyczny, który jest weryfikowany doświadczeniem (Zieliński 2005, 35–47). Postanowienie zawarcia umowy ubezpieczeniowej, będące wynikiem określonych przemysleń, skutkuje tym, że osoba podejmuje decyzje, które odpowiadają jej własnym interesom i przyjemnościom (*utilitaryzm indywidualistyczny*), ale również mogą być one korzystne, krzywdzące lub neutralne dla innych osób (*egoizm etyczny*). Zasady, które określają sposób realizacji umów ubezpieczeniowych, koncentrują się na dobru nie tylko pojedynczego człowieka, ale także jego bliskich, a w dalszej perspektywie – określonej społeczności (*utilitaryzm społeczny*). Podejmowane działania mają uzasadnienie w doświadczeniach, przez które człowiek patrzy na swoje życie (*społeczny konstrukcjonizm*). To rozstrzygnięcie odnosi się do przeżyć związanych z wyborami moralnymi, do przekonań o tym, co dobre i właściwe z punktu widzenia zasad przyjętych w danej społeczności (*eklektyzm etyczny*). Wartości, normy i oceny etyczne, którymi kieruje się instytucja ubezpieczająca, mają wymiar powszechny, nieróżnicujący (*uniwersalizm etyczny*).

Przejawy funkcjonowania utylitaryzmu etycznego w kontaktach językowych pokazują, że wartości są tworzone w zależności od okoliczności cywilizacyjno-ekonomicznych, potrzeb i upodobań określonych jednostek i grup społecznych. Odwoływanie się do określonych aksjomatów etycznych (np. *dobra*), wokół których tworzy się pewne założenia (np. ważnych jest każdy człowiek i jego dobro), są istotne dla budowania celowych kontaktów językowych.

Analizowane teksty potwierdzają, że tego rodzaju kontakt językowy budują wartości cenione w społeczeństwie (np. *godność, poczucie obowiązku, sprawie-*

dliwość, szacunek, szczerłość, uczciwość, zdrowie, życie) oraz uniwersalne zasady etyczne, które są podporządkowane normie pragmatycznej, określającej strategię realizacji określonego zysku czy pożądaney korzyści ekonomicznej. Jednak można odnieść wrażenie, że w tekstach ofert ubezpieczeniowych treść zasad etycznych jest zbyt ciasna (pusta?), by mogły one wskazywać na obiektywne dobro dla człowieka lub większej grupy osób. Warto zauważyć, że sposób mówienia o tych wartościach w analizowanych tekstach nadaje kształt tego rodzaju kontaktom językowym.

Celem utylitaryzmu etycznego w kontaktach językowych jest takie zarządzanie ludzkim szczęściem, przyjemnościami, zyskiem, by były one zgodne z przyjętymi standardami etycznego zachowania lub profesjonalnymi standardami postępowania. Osiągnięcie wspomnianych dóbr zachodzi z uwzględnieniem obowiązującego prawa i umów etycznych oraz poczucia sprawiedliwości, polegającej na gotowości i chęci oddania każdemu tego, co się jemu słusznie należy. Działania etyczne są skoncentrowane na podejmowaniu określonych decyzji, służących *dobru*. Użyteczność norm etycznych sugeruje, jakie propozycje powinny zawierać umowy ubezpieczeniowe, by działania z nich wynikające były moralnie słuszne i wskazywały na etykę funkcjonowania (zasad) firm ubezpieczeniowych.

Utylitaryzm etyczny w analizowanych kontaktach językowych wyraża się w formule: „chcę Twego szczęścia, dobra, przyjemności, korzyści, zysku”, ponieważ wszelkie zawarte w analizowanych tekstach umów ubezpieczeniowych wartości, normy i oceny regulujące zachowania ludzi oraz same zachowania są ujmowane z punktu widzenia dobra i zła.

Na tych wartościach jest umocowana moralna wartościowość działań określonych w ofertach ubezpieczeniowych. W przedstawionych tekstach utylitaryzm sprowadza funkcje języka moralności do jego emotywnego i wokatywnego wymiaru oraz do perswazyjnego oddziaływania na postawę adresata (Probučka 2013, 5).

Bibliografia

- Bartmiński J., 2012, *Etyka słowa a potoczny wzorzec komunikacji*, [w:] A. Markowski, R. Pawelec (red.), *Oblicza komunikacji*, Warszawa, s. 32–48.
- Bartmiński J., (red.), 2003, *Język w kręgu wartości. Studia semantyczne*, Lublin.
- Bartmiński J., (red.), 2006, *Język, wartość, polityka. Zmiany rozumienia nazw wartości w okresie transformacji ustrojowej w Polsce. Raport z badań empirycznych*, Lublin.
- Cegięła A., 2011, *Moralność w perspektywie słownika i wypowiedzi. Studium z zakresu leksykologii i pragmatyki językowej*, Warszawa.

- Cegieła A., 2006, *Etyka – umiejętność cnoty czy wiedza o sztuce bycia*, „Poradnik Językowy” 10, s. 31–38.
- Czapliński J., 1993, *Autorytet i intencje nadawcy – a „etyka efektów komunikacyjnych”*, [w:] J. Puzynina (red.), *Etyka międzyludzkiej komunikacji*, Warszawa, s. 44–47.
- Czyżewski M., Dunin K., Piotrowski A., 1991, *Cudze problemy, czyli wstęp do sepologii*, [w:] *Cudze problemy. O ważności tego, co nieważne. Analiza dyskursu publicznego w Polsce*, Warszawa, s. 15–35.
- Gołaszewska M., 1986, *Internalizacja wartości*, „Etyka” 16, s. 81–102.
- Grzegorzczak A., 1989, *Etyka w doświadczeniu wewnętrznym*, Warszawa.
- Grzegorzczak R., 2003, *Jeszcze w sprawie rozumienia dobra i dobroci*, [w:] J. Bartmiński, (red.), 2003, *Język w kręgu wartości. Studia semantyczne*, Lublin, s. 261–272.
- Lazari-Pawłowska I., 1966, *O pojęciu moralności*, „Etyka” 1, s. 31–44.
- Moore G.E., 2003, *Zasady etyki*, Warszawa.
- Najder Z., 1971, *Wartości i oceny*, Warszawa.
- Ossowska M., 1970, *Normy moralne*, Warszawa.
- Pawelczyńska A., 1995, *Relatywizm moralny a wartości bezwzględne*, [w:] A. Pawelczyńska (red.), *Wartości i ich przemiany*, Warszawa, s. 12–29.
- Probuska D., 2013, *Utylitaryzm*, Kraków.
- Puzynina J., 2007, „Co znaczy walka o wartości”?, [w:] A. Małycka, J. Mazur, K. Sobstyl, *Człowiek wobec wyzwań współczesności. Upadek wartości czy walka o wartości*, Lublin, s. 24–36.
- Puzynina J., 1991, *Jak pracować nad językiem wartości*, [w:] J. Puzynina, J. Bartmiński (red.), „Język a Kultura”, 2: *Zagadnienia leksykalne i aksjologiczne*, Wrocław, s. 129–138.
- Puzynina J. *Język wartości*, Warszawa 1992.
- Puzynina J., 2007, *O pewnej ważnej zasadzie wartości*, „Poradnik Językowy” 4, s. 72–79.
- Puzynina J., 2004, *Problemy wartościowania w języku i w tekście*, „Etnolingwistyka” 16, s. 179–189.
- Puzynina J., 2004, *Wokół języka wartości*, [w:] J. Bartmiński (red.), *Język w kręgu wartości*, Lublin, s. 19–34.
- Puzynina J., Zdunkiewicz D., 1992, *Co język mówi o wartościach współczesnych Polaków*, „Ethos” 2/3, s. 215–227.
- Zieliński W., 2005, *Decyzjonizm aksjologiczny w etyce i teorii społecznej. Zarys problemu*, [w:] W. Krajewski (red.), *Nauka, świat, człowiek*, Gdańsk, s. 35–47.

Ethical Utilitarianism as an Element of Linguistic Behavior

Summary

The aim of the paper is to show how ethical and moral values are the subject of the action and cognition that in language contact are conditioned by economic material needs. It is important for the considerations related to the instrumental treatment of value such phenomena as ethical utilitarianism, axiological decisionism, ethical egoism, ethical eclecticism, social deconstructionist, ethical universalism, individualistic utilitarianism, social utilitarianism. They are practical implementation using amplification strategy.

Keywords: social ethics, axiological linguistics, the ethical utilitarianism.