

## WSTĘP

Rozwój rachunkowości bywa trudno przewidywalny. Jest ona bowiem produktem nieustannie zmieniającego się otoczenia, a jednocześnie sama na to otoczenie oddziałuje. Autor rozpatruje rachunkowość jako zjawisko społeczne, gdzie kluczową rolę odgrywa człowiek, którego decyzje nadają kształt rachunkowości rozumianej jako trójczłonowy byt obejmujący teorię, politykę i praktykę. Zmiany społeczne, gospodarcze, kulturowe czy technologiczne wywierają istotny wpływ na to, w jaki sposób rachunkowość jest teoretyzowana, jak są prowadzone badania naukowe, jak jest kształtowana polityka rachunkowości w skali makro (krajowa i międzynarodowa) oraz jak rachunkowość funkcjonuje w praktyce biznesu. Jeszcze pół wieku temu księgowym się nie śniło, że kiedyś część ich pracy zostanie zautomatyzowana. Nie sądzili, że tabelaryczne zestawienia liczbowe, stanowiące główny efekt ich pracy, będą kiedyś tylko jednym z wielu elementów rozbudowanego raportowania. O ile mogli przewidywać, że z czasem bardziej niż umiejętność liczenia przydatna w ich pracy będzie zdolność do dokonywania profesjonalnego osądu i jego uzasadniania, o tyle nie mogli przypuszczać, że słowo, tekst czy narracja będą odgrywać w raportach kluczową rolę. Bo przecież dla nich rachunkowość to były liczby. Opierała się na „faktach” i „twardych” danych, a rolą księgowego było zebranie tych „obiektywnych” danych, przetworzenie ich do postaci czytelnego raportu liczbowego i przekazanie użytkownikom. Mówili, że „rachunkowość jest narzędziem komunikacji”, bo przecież ostatecznym efektem ich pracy było dostarczanie informacji odbiorcom. Zgadali się z metaforą, że „rachunkowość jest językiem biznesu”, bo raporty „opisywały” sytuację ekonomiczną jednostki oraz pozwalały na „komunikowanie” informacji na temat tej sytuacji, a czym innym jest język, jak nie narzędziem opisu i komunikacji?

Czasy się zmieniły. Gospodarka zyskała globalny wymiar, zjawiska ekonomiczne stały się bardziej złożone, wzrosła świadomość społeczna i środowiskowa, a nowe technologie otworzyły przed ludźmi niezwykle możliwości w zakresie przetwarzania informacji oraz komunikacji. Zmiany te wywarły istotny wpływ na rachunkowość, która z biegiem lat ulegała ciągłym przeobrażeniom (i niewątpliwie jest to proces nieskończony). W pewnym sensie dojrzała, przechodząc od ewidencji „realnych” i „obiektywnych” transakcji gospodarczych i prezentowania skutków tych

zdarzeń w syntetycznej tabelarycznej formie do rejestrowania, pomiaru i opisywania zjawisk ekonomicznych, których istota nierzadko jest trudno uchwytna nawet dla profesjonalnych księgowych. Jak zauważa Kamela-Sowińska (2013 i 2014), pieniądź przestał być miernikiem wartości i stał się miernikiem wyobraźni, a rachunkowość stała się narzędziem opisu gospodarczego. Zmiany są obserwowane we wszystkich członach rachunkowości, to znaczy w jej teorii, polityce i praktyce. Rachunkowość w każdym ze swoich wymiarów wyszła poza tradycyjnie wyznaczane im ramy. Na poziomie teorii pojawiły się zyskujące na znaczeniu i popularności alternatywne względem głównego nurtu paradygmaty badawcze (interpretacyjny i krytyczny), w świetle których rachunkowość jest postrzegana jako zjawisko społeczne. W regulacjach (prawnych i instytucjonalnych) dotyczących rachunkowości coraz śmielej wkracza się w normowanie i standaryzowanie obszarów niefinansowych, dotąd w rachunkowości marginalizowanych. W praktyce rachunkowości, z uwagi na rosnącą złożoność rzeczywistości społecznej i gospodarczej oraz w związku z nieustannym rozszerzaniem wachlarza ujawnień, coraz częściej i chętniej wykorzystuje się w raportowaniu tekst i grafikę. Cechą wspólną tych wszystkich zmian jest w rachunkowości coraz większy nacisk na komunikację, a dalej idąc, coraz większe jest znaczenie i zastosowanie języka naturalnego w rachunkowości.

Komunikacja w rachunkowości wydaje się rozległym „tematem rzeką”. Zważywszy na wieloznaczność pojęcia „komunikacja”, zasadniczo wszystko, co dotyczy gromadzenia, przetwarzania, prezentacji czy przekazywania informacji (a tym przecież zajmuje się rachunkowość), można uznać za jakiś aspekt komunikacji. W tym świetle niemal każdy tekst z rachunkowości można potraktować jako tekst o komunikacji w rachunkowości, gdyż dostarczanie informacji w powszechnie akceptowanym sensie stanowi istotę komunikacji. W piśmiennictwie naukowym (a także w publikacjach dydaktycznych czy praktycznych) zakłada się zazwyczaj domyślne związki pomiędzy komunikacją a rachunkowością (zwłaszcza w jej wymiarze praktycznym), co się wyraża w informacyjnej funkcji rachunkowości. Z drugiej strony badania naukowe *stricte* poświęcone tym związkom mają charakter wycinkowy i dotyczą wybranych problemów. Analiza dostępnej literatury przedmiotu wskazuje na brak usystematyzowanych i uporządkowanych opracowań omawiających kwestię komunikacji w rachunkowości, a jeśli powstają dzieła z terminem „komunikacja” w tytule, to zwykle okazuje się, że komunikacja jest sprowadzona do przekazywania informacji (ujawniania i prezentacji) w praktyce rachunkowości od nadawcy (utożsamianego z twórcą informacji) do odbiorcy (utożsamianego z użytkownikiem informacji). Tymczasem w teorii komunikacji wskazuje się, że oprócz transmisji informacji ważnym (jeśli nie ważniejszym) problemem jest transfer znaczenia (*meaning*). O skuteczności (efektywności) komunikacji nie decyduje bowiem wyłącznie fakt dostarczenia informacji, lecz to, czy odbiorca zrozumiał i poprawnie zinterpretował zamierzony sens. Ponadto w komunikacji można wyróżnić wiele aspektów, takich jak np. aspekt kulturowy, socjologiczny, psychologiczny, technologiczny, językowy czy wizualny. Należy też zaznaczyć, że problemy komunikacyjne

w rachunkowości występują nie tylko w obszarze jej praktyki, jak się to zazwyczaj przedstawia w literaturze, lecz również w jej teorii i polityce, zwłaszcza w ostatnich kilku dekadach, naznaczonych dynamicznym i intensywnym rozwojem norm, standardów, kodeksów i innych regulacji, a także rosnącymi w siłę alternatywnymi nurtami badawczymi, które bardziej koncentrują się na społeczno-humanistycznym niż technicznym wymiarze rachunkowości, a ponadto zwracają uwagę na relacje społeczne wewnątrz systemu rachunkowości.

Jak już wspomniano, nacisk na komunikowanie (szczególnie widoczny w rozwoju praktyki i polityki rachunkowości) jest ściśle związany z coraz szerszym wykorzystaniem języka naturalnego w różnego rodzaju raportach będących „produktami” rachunkowości, jak również w polityce i teorii rachunkowości. Metafora „rachunkowość językiem biznesu” zaczęła nabierać drugiego wymiaru, bardziej dosłownego. Język naturalny, jako (prawdopodobnie) najdoskonalsze narzędzie komunikacji wymyślone przez człowieka, stał się jednym z ważnych elementów rachunkowości, nie tylko w jej wymiarze praktycznym (coraz bardziej narracyjne raporty finansowe i niefinansowe), lecz również w jej polityce (rozrost różnego rodzaju regulacji) i teorii (wzrost znaczenia języka i narracji w dyskursie naukowym, zwłaszcza w interpretacyjnym i krytycznym nurcie badań w rachunkowości).

Inspiracją do podjęcia problematyki komunikacji i języka w rachunkowości była również dygresja L. Parkera (2013, s. 7), który stwierdził dość prowokacyjnie, że jeśli rachunkowość jest nieefektywna w konstruowaniu komunikatów, docieraniu do docelowych odbiorców oraz komunikowaniu zamierzonego przez nadawcę znaczenia do odbiorcy, to cały wysiłek włożony w pomiar i wyszukane metody obliczeniowe, promulgację standardów i systemy kontroli zarządczej na niewiele się zdają (*serve little point*). Z kolei wybitny teoretyk rachunkowości Chambers, który przywiązywał ogromną wagę do języka, uważał, że brak rygoru terminologicznego jest jedną z największych plag rachunkowości (Clarke, Dean i Edwards, 2013). Wreszcie Johnson i Guthrie (1972, s. 35) uznali, że terminologia rachunkowości zawsze będzie zawierała słowa o specjalnym znaczeniu, a odbiorcy informacji muszą się wykazać odpowiedzialnością i podjąć trud nauczania się tego języka, jeśli mają zamiar inteligentnie interpretować informację rachunkową. Problem polega jednak na tym, że księgowi mogliby pomóc w uniknięciu nieporozumień, gdyby przestali mówić rzeczy typu: „płacić dywidendę z zysku”. Ten rodzaj reifikacji może być, ich zdaniem, zrozumiały w środowisku księgowych, ale wprowadza zamieszanie w środowisku osób, które nie są zaznajomione z tajnikami języka rachunkowości. Przytoczone uwagi świadczą o tym, że kwestie języka w rachunkowości są niezwykle istotne, a zatem ich badanie może się przyczynić do postępu w nauce rachunkowości.

Poczynione ustalenia determinują problem badawczy dla nauki, który sprowadza się do konieczności odpowiedzi na następujące pytania:

- Na czym polega komunikacja w rachunkowości rozumianej jako byt trójczłonowy?

munikacja werbalna). Po drugie, w kwestii raportowania dla inwestorów L. Parker (2013) koncentruje się na tym, co sam badał, tj. czy inwestorzy rozumieją informacje zawarte w sprawozdaniu finansowym, Zdaniem autora, problemy komunikacyjne w tym obszarze można poszerzyć o kwestię użyteczności informacji sprawozdawczych i przydatności dla wyceny (*value relevance*) w świetle klasycznej teorii rynku kapitałowego i finansów behawioralnych (Masztalerz, 2010). Po trzecie, L. Parker (2013) skupia się na komunikacji w praktyce rachunkowości. Zważywszy jednak na wcześniejsze rozważania, problemy komunikacyjne można również rozpatrywać w teorii i polityce rachunkowości. Jak już wspomniano (w podrozdziale 1.3), nauka (o) rachunkowości jest podzielona na trzy „wrogie obozy” skupione w ramach paradygmatu głównego nurtu, paradygmatu interpretacyjnego i paradygmatu krytycznego. Komunikacja pomiędzy badaczami operującymi w różnych paradygmatach stanowi poważne wyzwanie, a badania w tym zakresie mogłyby pomóc we wzajemnym zrozumieniu i szacunku dla dokonań naukowych (Masztalerz, 2013a).

### 2.3. Modele komunikacji w rachunkowości

Bogactwo semantyczne terminu „komunikacja” skutkuje tym, że jest ona badana, teoretyzowana i modelowana na różne sposoby. Nie inaczej jest w przypadku komunikacji w rachunkowości, a zważywszy na fakt, że sama rachunkowość jest pojęciem o szerokim znaczeniu, trudno wskazać w literaturze (czy to z zakresu komunikacji, czy rachunkowości) jeden uniwersalny model.

Przed podjęciem dalszych rozważań konieczne jest dokonanie ustaleń wstępnych dotyczących kwestii terminologicznych. Przez „model” autor będzie rozumiał „sposób przedstawienia (prezentacji) jakiegoś systemu lub procesu, w którym eksponuje się zasadnicze ich cechy, pomijając cechy mniej istotne” (Głodek, 1988, za: Remlein, 2008, s. 205)\*. Zdaniem Remlein (2008, s. 205), model „powinien wyrażać charakterystykę obiektu (właściwości, wzajemne związki, parametry strukturalne i funkcjonalne), istotną z punktu widzenia celu, jakemu ma służyć. W świetle przyjętej definicji przez „model komunikacji” autor będzie rozumiał „sposób prezentacji procesu komunikacji”.

Odnosząc się do tytułu niniejszego podrozdziału, autor chciałby wyjaśnić, że sformułowanie „modele komunikacji w rachunkowości” można (a nawet należy) rozumieć dwojako, a mianowicie chodzi o:

---

\* Jak zauważa Gos (2001, s. 205), związek rachunkowości z modelowaniem charakteryzuje pewna dwoistość, gdyż z jednej strony rachunkowość jest sama w sobie modelem przebiegu działalności gospodarczej jednostki, a z drugiej strony tworzone są modele ilustrujące mechanizm funkcjonowania rachunkowości.

- „modele” – *czego?* – „komunikacji w rachunkowości”, czyli proponowane w literaturze naukowej z zakresu rachunkowości modele opisujące proces komunikacji w rachunkowości;
- „modele komunikacji” – *w czym?* – „w rachunkowości”, czyli wykorzystanie znanych z teorii komunikacji ogólnych modeli komunikacji w odniesieniu do komunikacji w rachunkowości.

W dalszych rozważaniach przedmiotem refleksji będzie zarówno dotychczasowy dorobek nauki rachunkowości w obszarze modelowania komunikacji w rachunkowości (oparty, rzecz jasna, na teorii komunikacji i teorii informacji), dorobek innych niż rachunkowość nauk ekonomicznych (zwłaszcza marketingu), jak i dorobek komunikologii w zakresie (ogólnych) modeli komunikacji, których przydatność do modelowania komunikacji w rachunkowości zostanie poddana autorskiej ocenie. Należy dodać, że w tym drugim przypadku autor, na podstawie studiów literaturowych w zakresie teorii komunikacji, dokonał selekcji modeli, przyjmując za kryterium wyboru potencjalne możliwości wykorzystania tych modeli na gruncie rachunkowości oraz związek z zakresem przedmiotowym książki i jej celami. W dorobku komunikologii istnieje cały szereg innych (nieuwzględnionych w niniejszym podrozdziale) modeli, które koncentrują się na różnych aspektach komunikacji, np. kwestiach relacji interpersonalnych czy kwestiach kulturowych, niemniej nie będą

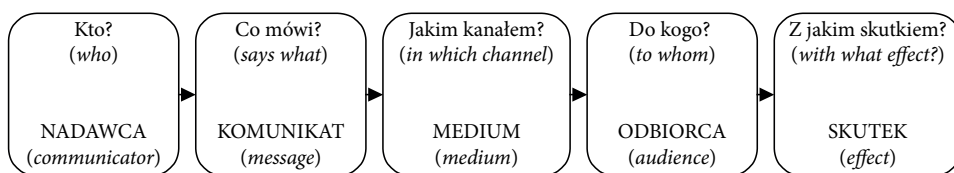
**Tabela 2.5. Omówione modele komunikacji**

Ogólne modele komunikacji (teoria komunikacji)	Modele komunikacji rachunkowej (teoria rachunkowości)	Inne modele komunikacji (nauki ekonomiczne)
<ul style="list-style-type: none"> <li>• model aktu perswazyjnego (Laswell, 1948)</li> <li>• model transmisji sygnałów (Shannon i Weaver, 1949)</li> <li>• model komunikacji SMCR (Berlo, 1960)</li> <li>• kolisty model komunikacji (Schramm, 1954)</li> <li>• model komunikacji masowej (Gerbner, 1956)</li> <li>• model komunikacji językowej (Jakobson, 1960)*</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• model Bedforda i Baladouniego (1962)</li> <li>• model Jordana (1969)</li> <li>• model Harieda (1970)</li> <li>• model trójszczeblowy Smitha (1972)</li> <li>• model cybernetyczny Terebuchy (1976)</li> <li>• model komunikacji w rachunkowości zarządczej (Pärl, 2012)<sup>a</sup></li> <li>• semiotyczny model komunikacji w rachunkowości (Masztalerz, 2013b)<sup>a</sup></li> <li>• model komunikacji w rachunkowości zarządczej (Masztalerz, 2015)<sup>a</sup></li> <li>• model komunikacji w rachunkowości (Kasperowicz, 2015)<sup>a</sup></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• model komunikacji marketingowej (Kotler, 2005)</li> </ul>

<sup>a</sup> Model omówiony w podrozdziale 2.4.

one rozpatrywane. Syntetyczne zestawienie omówionych w dalszych rozważaniach modeli przedstawia tabela 2.5, przy czym gwiazdką (\*) oznaczono modele, które będą poddane dyskusji dopiero w kolejnym podrozdziale, poświęconym możliwości wykorzystania modelu komunikacji językowej Jakobsona w rachunkowości. Dla porządku należy też dodać, że poszczególne modele będą prezentowane w ujęciu problemowym, a nie chronologicznym.

Poszukując stosownego (w kontekście przyjętych celów pracy) modelu komunikacji w rachunkowości, w pierwszej kolejności należy się odwołać do propozycji teorii komunikacji. Jak już wspomniano, w badaniach nad komunikacją dominuje podejście transmisyjne, zgodnie z którym komunikacja polega na przekazywaniu informacji. Jednym z najbardziej popularnych modeli transmisyjnych jest model aktu perswazyjnego Lasswella (1948), oparty na triadzie komunikowania Arystotelesa (mówca – treść – słuchacz). Zgodnie z tym modelem (rys. 2.4), żeby opisać proces komunikacji, należy odpowiedzieć na pięć pytań: kto? (1), co mówi? (2), za pomocą jakiego kanału? (3), do kogo? (4) oraz z jakim skutkiem? (5). Braddock (1958) dodał do modelu dwa kolejne pytania: w jakich okolicznościach? (6) oraz w jakim celu? (7).



**Rysunek 2.4. Model aktu perswazyjnego Lasswella**

Źródło: na podstawie (Lasswell, 1948)

Model Lasswella (1948) ogranicza komunikację do jednokierunkowego przepływu informacji i pomija kwestię znaczenia komunikatu, niemniej, z uwagi na jego przejrzystość i swoistą „atrakcyjność”, może być, zdaniem autora, zastosowany do uproszczonego ilustrowania procesów komunikacji w szeroko pojętej rachunkowości. Przykładowe ujęcie przedstawiono w tabeli 2.6.

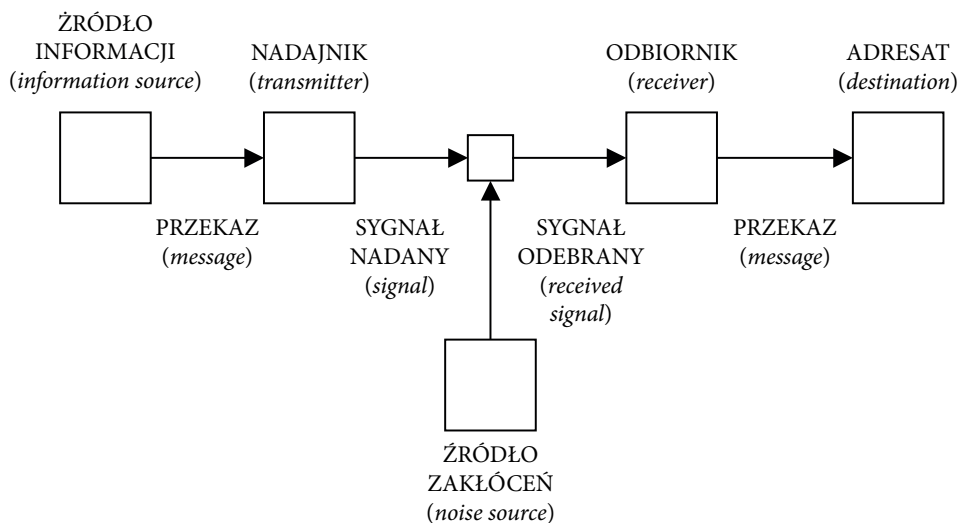
Innym znanym modelem transmisyjnym jest model Shannona i Weavera (1949), którzy zaproponowali\* matematyczny model transmisji sygnałów w urządzeniach takich jak telegraf czy telefon (rys. 2.5). Model ten szybko został przeniesiony na grunt nauki o komunikacji, mimo że był pierwotnie przeznaczony dla teorii informacji oraz nauk inżynierskich związanych z transmisją sygnałów. Zgodnie z tym modelem wiadomość jest przekazywana od źródła do adresata (człowieka lub maszyny) za pośrednictwem nadajnika (który koduje informację) i odbiornika (który dekoduje informację), przy czym pomiędzy tymi ostatnimi mogą się pojawić za-

\* Twórcą modelu był Shannon (1948) . Model został jednak spopularyzowany we współpracy z Weaverem, który „przetłumaczył” mocno zmatematyzowany koncept Shannona na zrozumiały dla szerszego grona odbiorców język.

Tabela 2.6. Model Lasswella a komunikacja w rachunkowości

Elementy modelu	Praktyka	Polityka	Teoria
Kto?	księgowy, controller, audytor	władza ustawodawcza, władza wykonawcza, instytucje wydające standardy	badacz, naukowiec
Co mówi?	przedstawia sytuację finansową, raportuje wyniki ekonomiczne	ustalają zasady i reguły rachunkowości, określają zakres ujawnień, metody wyceny i prezentacji	prezentuje koncepcje teoretyczne, przedstawia wyniki badań
Jakim kanałem?	w raporcie, sprawozdaniu, zestawieniu	w ustawie, rozporządzeniu, standardzie, wytycznych, kodeksie, dyrektywie	w monografii, artykule, referacie konferencyjnym
Do kogo?	do menedżera, inwestora, banku lub innego użytkownika	do osób i organizacji zobowiązanych do przestrzegania w praktyce obowiązujących zasad	do badaczy, naukowców, praktyków, instytucji politycznych
Z jakim skutkiem?	zapewnienie o właściwym działaniu jednostki i ułatwienie podjęcia decyzji	zapewnienie pożądanego sposobu funkcjonowania systemu rachunkowości w praktyce	porządkowanie „starej” i promowanie „nowej” wiedzy, rozwijanie nauki, polityki i praktyki

klócenia (szum). Model ten ilustruje techniczną stronę procesu komunikacji, której istotą jest dostarczenie informacji od nadawcy za pośrednictwem medium do finalnego odbiorcy.



Rysunek 2.5. Model transmisji sygnałów Shannona-Weavera

Źródło: na podstawie (Shannon i Weaver, 1949)

Shannon i Weaver (1949) wyodrębnili trzy poziomy problemów komunikacyjnych:

- problem techniczny (poziom A), czyli na ile trafnie/dokładnie (*accurately*) mogą być przekazywane sygnały;
- problem semantyczny (poziom B), czyli jak dokładnie transmitowane symbole przekazują pożądane znaczenie (*meaning*);
- problem efektywności (poziom C), czyli jak skutecznie otrzymane znaczenie wpływa na zachowanie w pożądany sposób.

Zdaniem Shannona i Weavera (1949), fundamentalnym problemem komunikacji jest dokładne odtworzenie przekazu przez adresata, tj. rozwiązanie problemu technicznego (poziom A), przy czym (naiwnie) zakładają, że samoistnie doprowadzi to do poprawy na poziomach B i C. Zauważają wprawdzie, że komunikaty mogą zawierać znaczenie (*meaning*), uznają jednak, że te semantyczne aspekty komunikacji są irrelevantne dla problemu inżynierskiego, polegającego na transmisji informacji a nie znaczenia\*.

Model Shannona i Weavera koncentruje się na przepływie informacji i pozwala analizować proces komunikacji w wymiarze technicznym i semantycznym oraz pod kątem skuteczności. W odniesieniu do komunikacji w rachunkowości model ten nadaje się przede wszystkim do ilustrowania procesu przepływu informacji w praktyce rachunkowości, np. funkcjonowania systemów informacyjnych (i informatycznych) rachunkowości finansowej i zarządczej. W mniejszym stopniu model można wykorzystać do badania komunikacji w innych członach rachunkowości i pomiędzy nimi, głównie ze względu na jego jednostronność (przepływ informacji w jednym kierunku) oraz to, że ignoruje on (zgodnie zresztą z założeniem twórców) kwestię nadawania znaczenia i jego interpretacji. Komunikacja pomiędzy twórcami i użytkownikami informacji rachunkowych zawartych w sprawozdaniach finansowych była przedmiotem empirycznych badań Harieda (1970), który zaadaptował model Shannona i Weavera (1949) do rachunkowości (a ściślej: sprawozdawczości finansowej) i podzielił problemy komunikacji w rachunkowości na trzy kategorie, a mianowicie:

- problem techniczny, czyli na ile dokładnie symbole mogą być przekazywane (transmitowane) w sprawozdaniu finansowym;
- problem semantyczny, czyli na ile dokładnie transmitowane symbole przenoszą pożądane znaczenie (*meaning*);
- problem skuteczności/efektywności (*effectiveness*), czyli z jakim skutkiem (efektem) uzyskane znaczenie wpływa na zachowanie odbiorcy w pożądany (oczekiwany) przez nadawcę sposób.

---

\* Warto dodać, że Weaver sugeruje uzupełnienie modelu o „zakłócenia semantyczne” (*semantic noise*) pomiędzy źródłem informacji a nadajnikiem. Leydesdorff (2016) zauważa, że możliwe jest też rozwinięcie modelu o semantyczne zakłócenia pomiędzy odbiornikiem a adresatem komunikatu.



**T405: *gross profit, gross margin, gross profit margin*.** Wszystkie trzy terminy mogą być tłumaczone jako „marża brutto”, jednak warto wspomnieć o kilku niuansach. Po pierwsze, termin „*gross profit*” jest typowy dla brytyjskiej wersji języka angielskiego i oznacza marżę brutto w ujęciu nominalnym (dla marży procentowej stosowany jest termin „*gross profit margin*”), natomiast pojęcie „*gross margin*” (zarówno w sensie marży nominalnej, jak i procentowej) jest charakterystyczne dla wersji amerykańskiej. Po drugie, w polskiej tradycji sformułowanie „marża brutto” funkcjonuje również w znaczeniu „*contribution margin*” (vide: T306). Po trzecie, termin „*gross profit*” może być tłumaczony jako „zysk brutto ze sprzedaży”, co jest zrozumiałe i zgodne z polskimi regulacjami w zakresie rachunkowości. Zdarza się jednak w praktyce sprawozdawczości finansowej, że jest on bezmyślnie prezentowany pod nazwą „zysk brutto”, co wprowadza zamęt komunikacyjny, gdyż termin ten w polskim języku rachunkowości używany jest dla tego, co w języku angielskim określa się jako „zysk przed opodatkowaniem” („*profit before tax*”).

#### 4.4. Problem polisemii

Polisemia (wieloznaczność) pojęć może stanowić barierę w komunikacji językowej. Znaczenie terminów polisemicznych jest uzależnione od kontekstu, w którym są one używane. W języku specjalistycznym rachunkowości również istnieją terminy, które charakteryzują się wieloznacznością. Zidentyfikowano 10 takich terminów (tabela 4.5).

**P01: *koszt*.** Koszt w rachunkowości jest najczęściej określany jako celowe zużycie lub wykorzystanie zasobów wyrażone w mierniku pieniężnym. Koszt oznacza

**Tabela 4.5. Problemy polisemii**

Kod	Analizowane terminy
P01	koszt
P02	przychód
P03	zysk, strata
P04	wartość
P05	istotność
P06	produkty
P07	rezerwy
P08	koszt bezpośredni, koszt pośredni
P09	nośnik kosztów
P10	wartość przedsiębiorstwa

również zmniejszenie korzyści ekonomicznych, bo wiąże się na przykład z koniecznością wydatkowania środków pieniężnych lub zużyciem zasobów materialnych jednostki. Koszt można rozumieć też jako wartość zmniejszającą zysk. Zakres semantyczny terminu „koszt” według definicji zawartych w ustawie o rachunkowości oraz MSSF jest ograniczony do skutków wywołanych poniesieniem kosztu, czyli (w skrócie) zmniejszenia kapitału własnego w sposób inny niż wycofanie środków przez właścicieli. Z badań autora (Masztalerz, 2014a i 2014b) wynika jednak, że w samej ustawie o rachunkowości termin „koszt” pojawia się w (co najmniej) sześciu znaczeniach, tzn.:

- 1) koszt jako wartość nakładów, zużycia lub wykorzystania zasobów,
- 2) koszt jako wielkość zmniejszająca kapitał własny (zgodnie z definicją ustawową),
- 3) koszt jako autonomiczna metoda wyceny składników bilansu,
- 4) koszt jako wartość operacji korygująca wartość składników bilansu,
- 5) koszt jako kategoria bilansowa,
- 6) koszt zrównany z przychodami.

W pierwszym znaczeniu chodzi o koszty działalności produkcyjnej (czasem też usługowej) rejestrowane w różnych układach (rodzajowym, funkcjonalnym, kalkulacyjnym), których poniesienie wiąże się z jednej strony ze zmniejszeniem korzyści ekonomicznych (zużycie lub wykorzystanie posiadanych zasobów), lecz z drugiej strony korzyści te są w całości (albo w uzasadnionej części, jeśli jednostka stosuje rachunek kosztów normalnych) „odzyskiwane” w wartości wytworzonych produktów (w tym usług). Są one (tymczasowo, do momentu zbycia produktów) aktywowane w bilansie w wartości zapasów (ewentualnie – w przypadku firm usługowych – w czynnych rozliczeniach międzyokresowych). Zgodnie z zasadą współmierności koszty te obciążają wynik finansowy (i zmniejszą kapitał własny) w okresie, w którym będą merytorycznie lub czasowo związane z osiągniętymi przychodami, czyli na przykład w momencie sprzedaży, nieodpłatnego przekazania albo utraty na skutek kradzieży lub zdarzenia losowego. To właśnie są koszty w drugim znaczeniu, spełniające definicję ustawową: obejmują one koszty (wartość) sprzedanych produktów, towarów i materiałów oraz inne koszty i straty zaliczane w całości do kosztów okresu, zmniejszających osiągnięte przychody. Biorąc jednak pod uwagę fakt, że definicja ustawowa terminu „koszt” operuje czasem przyszłym („doprowadzą do zmniejszenia kapitału”), można warunkowo uznać, że koszty aktywowane w zapasach i rozliczeniach międzyokresowych (czyli koszty w pierwszym znaczeniu) semantycznie również mieszczą się w ramach tej definicji – koszty te będą bowiem stanowić koszty uzyskania przychodów w przyszłości. W trzecim znaczeniu koszt może być rozumiany jako kategoria wyceny (*vide*: T402). Jest to zupełnie inny sens terminu „koszt” niż dwa poprzednie, oznacza bowiem nie tyle zjawisko (polegające na zmniejszaniu korzyści ekonomicznych), ile metodę pomiaru wartości składników majątku (np. koszt wytworzenia). W czwartym znaczeniu koszt jest wielkością korygującą wartość aktywów i pasywów, np. koszty zakupu (przy ustalaniu ceny nabycia) lub koszty sprzedaży (przy ustalaniu ceny sprzedaży netto). Koszty pojawia-

ją się również w bilansie jako składnik majątkowy (piąte znaczenie), np. w pozycji „koszty zakończonych prac rozwojowych” (oznaczające aktywowane koszty wytworzenia zakończonych sukcesem prac rozwojowych) oraz, w przypadku zakładów ubezpieczeń, w pozycji „aktywowane koszty akwizycji”. Szóste znaczenie terminu „koszt” jest związane ze specyficzną kategorią wynikową ujętą w wariancie porównawczym rachunku zysków i strat, a mianowicie „koszt wytworzenia produktów na własne potrzeby jednostki”. Jest to jedyny przypadek „kosztu” (lub raczej kategorii z rzeczownikiem „koszt” w nazwie) zwiększającego (choć tylko pozornie) wynik finansowy (*vide*: I01).

**P02: *przychód*.** W języku rachunkowości „przychód” najczęściej jest rozumiany tak, jak się go definiuje w ustawie o rachunkowości czy MSSF, tj. jako (w skrócie) zwiększenie kapitału własnego w sposób inny niż wycofanie środków przez właścicieli. Warto jednak dodać, że w szczególnych przypadkach „przychód” może być rozumiany zupełnie inaczej, a mianowicie jako zwiększenie stanu ilościowego zapasów (np. przyjęcie towarów do magazynu) i, w takim kontekście, jest przeciwieństwem „rozchodu”.

**P03: *zysk, strata*.** Pojęcia „zysk” i „strata” są definiowane w ustawie o rachunkowości oraz MSSF w parach z „przychodami” i „kosztami”, a zatem są rozumiane (w skrócie) jako zwiększenie lub zmniejszenie kapitału własnego w sposób inny niż wycofanie środków przez właścicieli. Nasuwa się pytanie, dlaczego terminy te nie mają odrębnych definicji, skoro ujęte parami pojęcia nie są synonimiczne. Zdaniem autora, zakres semantyczny definicji skonstruowano w taki sposób, że nie ma konieczności odrębnego definiowania poszczególnych terminów. Definicje te skupiają się bowiem nie na wewnętrznej istocie pojęć, lecz na skutkach osiągnięcia przychodu (lub zysku) lub skutkach poniesienia kosztu (lub straty), wyrażających się w zwiększeniu kapitału własnego (w przypadku przychodów i zysków) lub jego zmniejszeniu (w przypadku kosztów i strat). Ten sposób definiowania nie pozwala wprawdzie na dokonanie rozróżnienia semantycznego między przychodami a zyskami czy między kosztami a stratami, jednak można go (częściowo) uzasadnić względami syntaktycznymi. Otóż w rachunku zysków i strat do niektórych grup przychodów i kosztów (pozostałych operacyjnych i finansowych) zalicza się zrealizowane i niezrealizowane zyski i straty. Trzeba jednak wskazać, że w języku rachunkowości terminy „zysk” i „strata” są pojęciami wieloznacznymi i tylko niektóre „zyski” i „straty” (w sensie terminów) mogą być rozpatrywane w takim sensie, jaki nadają im definicje zawarte w regulacjach, np. „zysk (strata) ze zbycia inwestycji”, „zysk (strata) ze zbycia niefinansowych aktywów trwałych” czy „zyski (straty) nadzwyczajne”. W innych kontekstach „zysk” lub „stratę” można rozumieć na trzy inne sposoby. Po pierwsze, jako poziom wyniku finansowego w rachunku zysków i strat, np. „zysk (strata) netto”, „zysk (strata) brutto”, „zysk (strata) ze sprzedaży”, „zysk (strata) operacyjny(a)”, „zysk (strata) przed opodatkowaniem”. Po drugie, „zysk” lub strata” może oznaczać wynik operacji, czyli różnicę między przychodami (zyskami) a kosztami (stratami), np.

w rachunku przepływów pieniężnych w takich pozycjach jak „zysk (strata) z tytułu różnic kursowych” czy „zysk (strata) z działalności inwestycyjnej”. Po trzecie, „zysk” lub „strata” może być kategorią bilansową jako składnik kapitałów własnych, np. „zysk (strata) netto”, „zysk (strata) z lat ubiegłych”, „zyski zatrzymane”. Dodatkowo termin „strata” może być także czasem rozumiany też jako zużycie zasobów (np. „straty produkcyjne”).

**P04: wartość.** Znaczenie terminu „wartość” zależy od kontekstu (Masztalerz, 2013d). Wartość może być bowiem cechą danego obiektu (np. wartość rozumiana jako koszt lub cena produktu), jak i samym obiektem (np. wartość rozumiana jako korzyść). Może mieć charakter obiektywny (np. walory odżywcze), jak i subiektywny (np. walory smakowe). Wartość może być kategorią ekonomiczną (np. wartość majątku), jak i nieekonomiczną (np. wartość etyczna lub estetyczna). Może mieć charakter pieniężny (np. cena produktu), jak i niepieniężny (np. wartość towaru dla klienta). Może być kategorią zewnętrzną (np. stawka za pracę), jak i wewnętrzną (np. wartość wykonanej pracy). Bourguignon (2005) wyróżnia trzy grupy znaczeniowe wartości, a mianowicie: (1) wartość pomiaru, związaną z procesem przypisywania liczb do obiektów lub zdarzeń, (2) wartość ekonomiczną, która odwołuje się do wartości wymiennej (powstającej w efekcie gry popytu i podaży) lub wartości użytkowej (postrzeganej przez konsumenta wartości dóbr) oraz (3) wartość filozoficzną, którą można zdefiniować jako przedmiot osądu lub oceny obiektu. W języku rachunkowości termin „wartość” ma różne znaczenia. Po pierwsze, „wartość” to wynik pomiaru, czyli kwota pieniężna przypisywana do składnika sprawozdania finansowego w procesie wyceny (zgodnie z przyjętymi zasadami i metodami pomiaru). Po drugie, „wartość” może być obiektem (np. „wartość firmy”, „ujemna wartość firmy”, „wartości niematerialne i prawne”). Po trzecie, może ona stanowić kategorię lub metodę wyceny (np. „wartość godziwa”, „wartość realizacji”, „wartość likwidacyjna”, „wartość użytkowa”, „wartość odzyskiwalna”, „wartość odzyskiwana”). Po czwarte, „wartość” może oznaczać mierzalne korzyści (np. „wartość dla klienta”, „wartość dla interesariuszy”, „analiza wartości produktu”, „inżynieria wartości produktu”). Po piąte, może być związana z wartością przedsiębiorstwa (np. „ekonomiczna wartość dodana”, „wartość dla właścicieli”, „kreowanie wartości”, „zarządzanie wartością”).

**P05: istotność.** Jak już wspomniano, w polskim języku rachunkowości termin „istotność” funkcjonuje w dwóch znaczeniach jako odpowiednik odrębnych i oznaczających co innego angielskich terminów „*relevance*” i „*materiality*” (vide: T309, T310, T311).

**P06: produkty.** W języku rachunkowości „produkty” mogą oznaczać albo rzeczy materialne (wyroby gotowe, produkty w toku, półprodukty), albo usługi. Skutkiem tego, jeśli występują w przedsiębiorstwie usługi w toku realizacji, są one wykazywane jako składnik aktywów w zapasach (produkty w toku). Z kolei w rachunku wyników koszty sprzedanych usług wykazuje się w pozycji kosztu wytworzenia sprzedanych produktów.

**P07: rezerwy.** Termin „rezerwy” jest używany w języku specjalistycznym rachunkowości w różnych znaczeniach. Podstawowym sensem pojęcia „rezerwa” (*provision*) jest zobowiązanie, którego kwota lub termin płatności nie są pewne. Często używa się określenia „rezerwy na zobowiązania”, co jednoznacznie wskazuje, że chodzi właśnie o to znaczenie podstawowe. Słowo „rezerwa” funkcjonuje również w znaczeniu „odpis aktualizujący” (w odniesieniu do należności), co ma uzasadnienie historyczne, gdyż kiedyś nie dokonywano odpisów, lecz tworzono rezerwy na należności. W publikacjach naukowych można spotkać się również z tzw. „szerokim znaczeniem” tego terminu, gdzie przez „rezerwy” rozumie się również tzw. „rezerwy kapitałowe” (*capital reserves*), obejmujące kapitały rezerwowe, kapitał zapasowy czy kapitał z aktualizacji wyceny. Termin „rezerwy” jest też stosowany w odniesieniu do rozliczeń międzyokresowych biernych (*vide*: S08), określanych powszechnie jako „rezerwy na koszty”. Wreszcie można się spotkać z takimi pojęciami jak „ciche rezerwy” lub „ukryte rezerwy”, oznaczającymi zawyżone odpisy z tytułu utraty wartości aktywów.

**P08: koszt bezpośredni, koszt pośredni.** Same terminy „koszt bezpośredni” i „koszt pośredni” są stosunkowo przejrzyste i wydaje się, że ich sens jest jednoznaczny. Podstawowe znaczenie tych pojęć wiąże się z podziałem kosztów produkcji na koszty, które można bezpośrednio przypisać do produktu na podstawie dokumentacji źródłowej, oraz koszty, których przypisanie do produktu wymaga zastosowania klucza podziałowego (kalkulacyjnego), dlatego są określane mianem pośrednich. Paradoksem jest jednak to, że w praktyce przypisanie kosztów uznawanych za bezpośrednie też wymaga często zastosowania klucza rozliczeniowego, np. gdy pracownicy produkcyjni zatrudnieni przy różnych zleceniach mają stałe wynagrodzenie (a nie np. stawkę akordową, jak się czasem zakłada w przykładach podręcznikowych) i przypisanie tych kosztów do produktów wymaga takiej samej procedury obliczeniowej jak rozliczenie kosztów pośrednich. Ponadto warto zauważyć, że terminy „koszt bezpośredni” i „koszt pośredni” funkcjonują w języku rachunkowości również w innych kontekstach. Przykładowo koszty wydziałowe „domyślnie” są traktowane jako koszty pośrednie, gdyż „domyślnie” zakłada się, że obiektem kalkulacji kosztów jest produkt, jeśli zatem w wydziale produkcyjnym wytwarza się wiele wyrobów, koszty związane z funkcjonowaniem tego wydziału muszą zostać pośrednio przypisane do produktów. Jeśli jednak za obiekt kalkulacji przyjmujemy np. maszynę albo wydział jako całość (co często się zdarza w controllingu i rachunkowości zarządczej), to te same koszty okażą się kosztami bezpośrednimi, gdyż z łatwością można je wprost przypisać do obiektu. Innymi słowy, kwalifikacja kosztów jako bezpośrednich lub pośrednich zależy w tym przypadku od przedmiotu kalkulacji.

**P09: nośnik kosztów.** W języku rachunkowości określenie „nośnik kosztów” funkcjonuje w dwóch zupełnie różnych znaczeniach. Po pierwsze, jest rozumiane jako produkt lub inny obiekt (przedmiot), dla którego kalkuluje się koszt (stąd czasem układ kalkulacyjny kosztów jest nazywany układem przedmiotowym lub

według nośników kosztów). Po drugie, termin „nośnik kosztów” (jako tłumaczenie terminu „cost driver”) może oznaczać klucz podziałowy (klucz kalkulacyjny, klucz rozliczeniowy) służący do rozliczenia kosztów pośrednich na obiekty.

**P10: wartość przedsiębiorstwa.** Jak wcześniej wspomniano (*vide*: P04) sam termin „wartość” jest pojęciem wieloznacznym. Termin „wartość przedsiębiorstwa” bez określonego kontekstu (np. wskazania metody wyceny przedsiębiorstwa) jest pojęciem, które nie ma żadnej określonej zawartości semantycznej. „Wartość przedsiębiorstwa” może oznaczać przykładowo wartość księgową aktywów netto, wartość rynkową spółki giełdowej czy ustalaną metodą dochodową wartość zdyskontowanych przepływów pieniężnych generowanych przez przedsiębiorstwo.

## 4.5. Problem irrelevancji

Irrelevancja (nieadekwatność, niestosowność, nieodpowiedniość) polega na tym, że dany termin jest stosowany w odniesieniu do pojęcia, którego zawartość semantyczna jest inna niż to, co sugeruje nazwa. W języku specjalistycznym rachunkowości zidentyfikowano siedem takich terminów (tabela 4.6).

**Tabela 4.6. Problem irrelevancji**

Kod	Analizowane terminy
P01	koszt wytworzenia produktów na własne potrzeby jednostki
P02	zmiana stanu produktów
P03	cena sprzedaży netto
P04	skorygowana cena nabycia
P05	rynkowa wartość dodana
P06	wskaźnik obrotowości, wskaźnik rotacji
P07	koszt wytworzenia (techniczny, fabryczny, zakładowy, całkowity)

**I01: koszt wytworzenia produktów na własne potrzeby jednostki.** Termin „koszt wytworzenia produktów na własne potrzeby jednostki” jest stosowany w wariantcie porównawczym rachunku zysków i strat do korekty przychodów o wartość obrotów wewnętrznych (wycenionych według kosztu wytworzenia produktów) po to, by koszty produktów, które np. zostały nieodpłatnie przekazane lub uległy zniszczeniu, nie obciążały wyniku finansowego w dwóch różnych kręgach kosztowych, tj. w kręgu kosztów operacyjnych i w kręgu pozostałych kosztów operacyjnych. Jest to, zdaniem autora, termin nieadekwatny z dwóch powodów. Po pierwsze, wbrew nazwie (zawierającej słowo „koszt”) jest to wielkość zrównana z przychodami, a nie kosz-