

## **БРЕХНЯ ЯК КОМУНІКАТИВНИЙ АКТ**

**ЛУКАШ МАЛЕЦКІ**

Університет імені Адама Міцкевича, Познань — Польща  
lmalecki@amu.edu.pl

*KŁAMSTWO JAKO AKT KOMUNIKACJI*

**ŁUKASZ MAŁECKI**

Uniwersytet imienia Adama Mickiewicza, Poznań — Polska

**STRESZCZENIE.** Kłamstwo, z jednej strony jest uznawane za zjawisko powszechne, z drugiej — jest jednoznacznie potępiane oraz oceniane jako działanie lub postępowanie etycznie i moralnie naganne. Ze względu na wszechogarniający i masowy charakter, nie ulega wątpliwości, że kłamstwo stanowi nieodłączny element komunikacji międzyludzkiej. Celem niniejszego artykułu jest zaprezentowanie podstawowych informacji na temat procesu komunikacji, opisanie jej struktury oraz próba analizy kłamstwa jako specyficznego rodzaju aktu komunikacji.

*LIE AS A COMMUNICATIVE ACT*

**LUKASZ MALECKI**

Adam Mickiewicz University, Poznan — Poland

**ABSTRACT.** A lie, on the one hand, is considered a common phenomenon, on the other — it is rated as an action or proceeding that is ethically and morally reprehensible. There is no doubt that a lie — as a common phenomenon — constitutes an integral part of interpersonal communication. The purpose of this article is to present basic information on the communication process, describing its structure, as well as an attempt to analyze lies as a specific kind of act of communication.

„Брехнею світ держиться”, „Як подивишся, то всі люди брешуть: одні ми тільки правди не кажемо”, „Брехні багато, а правда одна”, „Не вмієш брехати — не ходи гуляти” — ці прислів'я яскраво ілюструють незаперечний факт: брехня — явище поширене, це невід'ємний компонент людського існування і спілкування, оскільки людина починає розуміти, що бути щирою, відвертою, чесною не завжди корисно й вигідно. Найчастіше починають брехати (свідомо чи несвідомо), коли у взаємостосунках виникає недовіра. Саме побоювання перед непорозумінням або можливим покаранням змушує заперечувати достовірні факти і діяти нечесно — обдурювати, брехати, пліткувати, наговорювати. Уважають, що брехня відображає справжню сутність людини<sup>1</sup>. На думку П. Екмана, вона „настільки природна, що її без натяків, можна віднести майже до всіх сфер людської діяльності”<sup>2</sup>.

Брехню переважно сприймають як неправду або обман. Її теоретичне осмислення відбувалося в різних науках: спочатку — у філософії, логіці, етиці, релігії, пізніше — у психології, соціології, культурології, політології, правознавстві й мовознавстві.

<sup>1</sup> P. Wierzbicki, *Struktura kłamstwa*, Londyn 1987, s. 14.

<sup>2</sup> П. Екман, *Психология лжи*, Санкт-Петербург 1999, с. 18.

У науковій літературі простежуємо дослідження різних аспектів брехні: учені зосереджують увагу на (1) її порівнянні з прямо протилежними поняттями, напр., істиною, правдою, (2) вербальних і невербальних способах її репрезентації, (3) зіставлення синонімів на її позначення, як-от: обман, фальсифікація, напівправа, плітка тощо.

Не викликає сумнівів, що брехня — складне явище, яке має різноманітні види й форми. Переконалим уважаємо вислів Умберто Еко про те, що „охопити повністю весь спектр брехливості не те що важко, а мабуть що принципово неможливо з огляду на те, що коли правда може бути тільки одна, то відхилень від неї може існувати нескінченна кількість, від абсурдних недорікуватих нісенітниць та бездарних ідіотських дурниць до фундаментально продуманих грандіозних монбланів систем облуди, яку до того ж слід помножити на нескінченне ж число методів відхилення від правди, тобто способів її спотворення”<sup>3</sup>.

Найчастіше брехня репрезентується у вербальній формі, але може виражатися й невербальним способом (напр., мовчанням, просодикою, мімікою, поставою, рухами тіла і т. д.).

У повсякденному житті брехня зазвичай асоціюється з негативним, аморальним, неетичним і соціально-неприйнятним процесом — спотворенням інформації і фактів під час передачі повідомлень іншим людям.

Аналіз лексикографічних джерел надає можливість узагальнити семантичну дистрибуцію лексеми *брехня*, виокремити відповідну систему лексико-семантичних варіантів, порівн.:

- 1) те, що не відповідає правді; неправда, обман;
- 2) навмисне спотворення інформації;
- 3) будь-яке заперечення того, що відповідає дійсності;
- 4) ствердження, метою якого є ввести співрозмовника в оману;
- 5) висловлювання, породжене індивідом, який знає, що його зміст неправдивий;
- 6) свідоме утвердження індивідом неправди, включаючи його інтенцію і ставлення до співрозмовника.

Отже, брехню трактують не тільки як неправду, спотворення істини чи обман, але і як намір, викликаний прагненням отримати особисту, соціальну, матеріальну і т. д. перевагу у конкретних обставинах і ситуаціях. Як видається, саме задум, інтенція, навмисне і свідоме намагання ввести адресата в оману є найбільш важливим структурним компонентом брехні.

Брехня може бути прямою протилежністю правді або частковим відступом від неї. Правда — суб’єктивне розуміння реального стану речей. Якщо людина вірить у те, про що говорить, тоді таке повідомлення сприймається як правдиве, що підтверджує крилатий вислів „У кожного своя правда“. Таким чином, правда не завжди відображає об’єктивну істинну реальність, що наближає її до брехні<sup>4</sup>.

Брехня, яку зазвичай асоціюють з обманом, неправдою — це одне з понять, що акумулює морально-етичну, оцінну й світоглядну інформацію. Брехня не тільки соціально-психологічна категорія життєдіяльності людини в суспільстві, це своєрідний структурний компонент спілкування загалом<sup>5</sup>.

<sup>3</sup> У. Еко, *Роль читача. Дослідження з семіотики текстів*, пер. з англ. М. Гірняк, Львів 2004, с. 24.

<sup>4</sup> Н. Д. Арутюнова, *Истина и этика*, [в:] *Логичный анализ речи. Истина и истинность в культуре и речи*, Москва 1995, с. 7–24.

<sup>5</sup> Д. И. Дубровский, *Философско-психологический анализ*, Москва 1994, с. 35–36.

Як відомо, процес спілкування передбачає взаємодію двох або кількох осіб, унаслідок якої одна передає інформацію, а інша сприймає її. Структурною одиницею спілкування як форми двосторонньої взаємодії є комунікативний акт<sup>6</sup>. Під час дослідження його структури виокремлюють три найважливіших складники:

- комунікатор (адресант) — суб'єкт, який передає повідомлення;
- комунікант (адресат) — суб'єкт, який сприймає повідомлення;
- комунікат (повідомлення) — деяка послідовність знаків, тобто текст.

Традиційно комунікативний акт подають у вигляді такої формули:

**КОМУНІКАТОР (АДРЕСАНТ) → ПОВІДОМЛЕННЯ → КОМУНІКАНТ (АДРЕСАТ)**<sup>7</sup>.

Комунікація — двосторонній процес породження мовлення і його сприйняття. Мета відправника (адресанта, комунікатора) — передати певне повідомлення, а завдання адресата (отримувача повідомлення) — адекватно сприйняти інформацію і відреагувати на отримане повідомлення.

Комунікативний акт — це передусім інтеракція, тобто взаємодія двох або кількох осіб, під час якої вони намагаються досягти відповідної комунікативної мети. Для цього ініціатор комунікативного акту використовує весь арсенал вербальних і невербальних засобів, ураховує не тільки обставини спілкування (час, місце, і т. д.), але й емоційну, соціальну і психологічну сфери людської діяльності.

Люди переважно спілкуються з метою обміну інформацією, знаннями, а також висловлюють прохання або спонукання до певної дії. Перед тим, як почати спілкування, учасникам комунікації необхідно встановити відповідний контакт. Від цього залежить не тільки успішність акту спілкування, але і його можливість як такого. Саме тому велике значення надається початковому етапу спілкування — встановленню контакту, тобто розбудові “платформи”, на якій розгортатиметься мовленнєва взаємодія.

До характерних рис ефективної комунікації відносять наявність спільного предмета спілкування, рівноправність позицій учасників комунікації. Кожна людина в процесі комунікації намагається пристосуватися до особистості свого адресата, щоб бути зрозумілим, або, навпаки, продемонструвати свою унікальність, досягти переваги і под.

Задум та інтенція ініціатора визначає й організовує зміст комунікативного акту — без цього компонента спілкування не може існувати. Від комунікативних намірів адресанта залежить також структура акту спілкування. З іншого боку, комунікативна інтенція є одним з компонентів комунікативної стратегії, що має психологічну природу та залежить від контексту комунікації та від характеристик її учасників. Тільки завдяки співпраці ініціатора і адресата (або адресатів) може бути досягнута комунікативна мета, яку поставив перед собою ініціатор.

Кожний комунікативний акт протікає лише за певних обставин, насамперед у межах фізичної і психо-соціальної діяльності й детермінується різними чинниками, що можуть сприяти або заважати успішному спілкуванню. Це може бути, напр., відстань між співрозмовниками, їхні стосунки, час, відведений на спілкування і под. Коли комунікація відбувається за несприятливих умов, то для досягнення взаєморозуміння необхідним може бути застосоване неодноразове повторення важливої думки.

<sup>6</sup> А. А. Леонтьев, *Педагогика и психология*, Москва 1979, с. 48.

<sup>7</sup> Г. В. Гриненко, *Понимание как составляющая коммуникативного акта*, [в:] “Мир психологии” 2001, № 3, с. 50–60.

Людське життя розгортається передусім як взаємодія між індивідами. Їхні інтереси, намагання, прагнення, очікування бувають різними, навіть протилежними й суперечливими, можуть коливатися від довіри до недовіри, від взаємопорозуміння до конфлікту, що виявляється в замовчуванні, приховуванні фактів, дезінформації, брехні, обмані.

Людське спілкування — це не стільки обмін інформацією, скільки процес взаємодії та взаємовпливу. Брехню можна вважати не тільки компонентом, але й специфічним різновидом людського спілкування й загалом комунікації, що реалізується в навмисному спотворенні дійсності. Це специфічний акт комунікації — акт впливу, спрямований безпосередньо на адресата з метою переконати його в істинності повідомлення шляхом неправильного, неадекватного тлумачення фактів довкілля, що призводить до порушення системи орієнтації адресата.

Проілюструємо брехню як різновид комінукативного акту у вигляді структурної схеми:



Таблиця 1. Брехня як комунікативний акт

До основних компонентів зазначеного комунікативного акту, як відомо, належать:

- 1) задум, інтенція ініціатора ("брехуна") передати інформацію;
- 2) збір і аналіз інформації ініціатором комунікації;
- 3) підготовка і оформлення повідомлення (добір необхідної лексики, орієнтація на співрозмовника);
- 4) установлення контакту з реципієнтом;
- 5) передача повідомлення;
- 6) перебіг контакту;
- 7) перевірка адресантом очікуваного ефекту спілкування та вихід із контакту.

Комунікація, як зауважувалося, це передусім інтеракція, тобто взаємодія співрозмовників. Кожний з учасників комунікації має власні уявлення про предмет обговорення, індивідуальну картину світу. Успішність спілкування багато в чому залежить від того, чи збігаються в комунікантів картини світу. Брехня — вид інтеракції, спрямований на зміну картину світу співрозмовника.

Впливати на співрозмовника, тобто обманювати його, можливо лише через створення тієї чи тієї реальності в зоні його орієнтації. При цьому підґрунтям специфіки брехні як форми комунікативного впливу є намагання керувати свідомістю адресата, прагнення схилити його до такого сприйняття реальності, яке не відповідає дійсності. Для того, щоб брехня як комунікативний акт зреалізувалася, суб'єктивна реальність брехуна реально сприймається адресатом повідомлення. Б. Шалютін узагальнив цю думку в такий спосіб: „брехня є вплив суб'єкта А на суб'єкт В, здійснюваний через втручання в систему орієнтації останнього”<sup>8</sup>.

З метою формування у співрозмовника викривленої картини світу адресант („брехун”) використовує весь арсенал вербальних і невербальних засобів, ураховує не тільки обставини спілкування, а і його емоційно-чуттєву сферу. Можна також виокремити два основних комунікативних завдання з боку ініціатора спілкування — це насамперед повідомлення, тобто подання неправдивої інформації, та намір схилити адресата до вчинення певної дії або утриматися від неї в інтересах брехуна. Після передачі повідомлення на етапі контролю адресатом („брехуном”) ситуації оцінюється ефективність комунікативного процесу і реакції адресанта на сформульований адресантом комунікат.

Одним з головних чинників брехні є здатність свідомості людини не тільки відображати, але й “творити” світ, що, відповідно, робить брехню невід’ємним складником процесу комунікації.

Брехня — це розповсюджена комунікативна практика, безпосередньо пов’язана з діяльністю свідомості, що є наслідком творчої здатності людини не лише відображати, але й “творити світ”.

Умовою успішності брехні як комунікативного акту є те, що справжні наміри й думки адресанта повинні бути приховані від адресата. Ураховуючи отриману інформацію, адресат порівнює її з певним уявленням у своїй пам’яті. Так брехня набуває специфічної функції — “аксіологічного параметру”, що оцінює об’єкти, явища, процеси соціально-політичної дійсності згідно з дихотомічним протиставленням “свій – чужий”. Перший член опозиції (“свій”) оцінюється позитивно, тобто корелює з позитивно-оцінним фактором, який умовно окреслено як “добре”. Другий член указаної дихотомії (“чужий”) стає носієм ознак невідповідності правді й асоціюється негативно: співвідноситься з параметром негативної оцінки — “погано”. Якщо наявна інформація і ментальні уявлення у свідомості адресата не збігаються, повідомлення визначається як таке, що не належить до сфери істинної інформації.

Наступний етап — оцінка адресатом наміру й потенційної мети адресанта висловлювання, а також його реакція. Якщо адресат розпізнає повідомлення як брехню, він аналізує це повідомлення в межах параметрів: “від звичайної помилки — до прихованого наміру ввести в оману”. Найважливішою умовою під час визначення висловлювання як “неправдивого / неістинного” є співвіднесення його з категорією “релевантності / істинності”. Відсутність цього параметра не дає підстав кваліфікувати висловлення як “неправдиве”.

<sup>8</sup> Б. С. Шалютін, *Людина бреше*, [в:] “Людина” 1996, № 5, с. 152.

Отже, підсумовуючи сказане, наголосимо, що найважливішими структурними компонентами виникнення брехні є абстрактні фактори — розум, інформація, оцінка. Аналізуючи брехню як різновид комунікативного акту, можна також уточнити її лексикографічну дефініцію, а саме: ***брехня — це взаємодія, що базується на намірі використати адресантом умисне викривлення істини й унаслідок цього сформуванню в адресата спотворену картину світу.***

Брехню вважаємо одним з найбільш важливих і значущих когнітивно-ментальних явищ, що характеризує не тільки елементи дійсності, але й уявлення про них і ставлення до них. Брехня — ментальна структура, притаманна кожній людині, що зумовлює й спричиняється до виникнення змін в індивідуальній картині світу людини.

Дослідження брехні вимагає опису способів її мовної реалізації. Проблема зображення й вербалізації когнітивних структур знань є актуальною, оскільки завдяки їхньому аналізу можна досліджувати ментальну модель дійсності, що відображається в мові загалом і в мовній свідомості конкретних носіїв мови зокрема<sup>9</sup>.

Перспективним напрямом дослідження брехні вважаємо аналіз особливостей вербалізації її проявів (видів) не тільки в лексикографічних джерелах, але передусім й у сучасній пресі, рекламі, мові політиків тощо.

---

<sup>9</sup> *Методологические проблемы когнитивной лингвистики*, под ред. И. А. Стернина, Воронеж 2001, с. 183.