

Kultura i Wartości


ISSN 2299-7806

Nr 24/2017

<http://dx.doi.org/10.17951/kw.2017.24.23>

Znaczenie i funkcje kłamstwa w komunikacji interpersonalnej

Mateusz Cichocki

 <https://orcid.org/0000-0001-5268-2179>

Kłamstwo jest w swej istocie zjawiskiem komunikacyjnym. Z faktu tego wynika szereg istotnych wniosków, ważnych dla lepszego zrozumienia samego zagadnienia kłamstwa, jak i znaczenia, jakie pełnić ono może w procesie wzajemnej komunikacji. W artykule wskazuję, w jaki sposób wzajemne, zwrotne i dynamiczne powiązania pomiędzy poszczególnymi elementami procesu komunikacji, a więc nadawcą, odbiorcą oraz komunikatem wpływają na ostateczną – utrudniającą bądź ułatwiającą – funkcję kłamstwa w procesie wzajemnej komunikacji.

Słowa kluczowe: kłamstwo, komunikacja interpersonalna, odbiorca, nadawca, komunikat, psychologia kłamstwa

Choć samo zagadnienie kłamstwa czy kłamania¹ było już niejednokrotnie analizowane i rozpatrywane z różnych stron oraz na wielu płaszczyznach, to stosunkowo niewiele uwagi poświęcono ujęciu kłamstwa w kontekście wzajemnej komunikacji, a przecież aspekt ten wydaje się być istotą kłamstwa. Z faktu tego wynika wiele istotnych konsekwencji, ważnych zarówno dla samego zagadnienia kłamstwa, jak i dla procesu komunikacji. Wydaje się, że kłamstwo musi podlegać

MATEUSZ CICHOCKI, magister, doktorant na Wydziale Filozofii i Socjologii UMCS; adres do korespondencji: Instytut Filozofii UMCS, Pl. M. Curie-Skłodowskiej 4, 20-031 Lublin; e-mail: cich_y@vp.pl

¹ Wydaje się, że kłamstwo może być rozpatrywane jako akt lub jako przedmiot.

w większości prawom i regułom, które rządzą procesem samej komunikacji. Dotyczy ono więc wszystkich jej elementów (nadawca, komunikat, odbiorca), i to elementów, które trzeba ujmować i rozumieć w sposób dynamiczny i relacyjny, podobnie od zmiennego i współzależnego procesu samej komunikacji. Pozwala to stwierdzić, że ostateczny charakter oraz ewentualna ocena kłamstwa jest możliwa jedynie poprzez analizę i ocenę wzajemnych, dynamicznie zmieniających się powiązań i relacji pomiędzy poszczególnymi elementami procesu komunikacji. Ponadto warto zauważyć, że kłamstwo – stanowiące w istocie zjawisko komunikacyjne – pełni ważne funkcje, wywierając zróżnicowany wpływ na proces samej komunikacji, a przez to i na jej uczestników oraz społeczeństwo. Wpływ i znaczenie to będzie jednak różne i zależne od wspomnianych współzmiennych oddziaływań pomiędzy poszczególnymi składnikami procesu komunikacji.

Kłamstwo od dawna jest przedmiotem zainteresowania różnych dyscyplin, które przyjmują różne perspektywy: perspektywę psychologiczną, językowo-logiczną, filozoficzną (ontologiczną i epistemologiczną), neurobiologiczną², etyczno-moralną czy religijną. Dociekania w tych obszarach skupiają się jednak raczej, na jakimś pojedynczym i dość wąsko ujętym aspekcie zagadnienia. Badanie kłamstwa w szerszym kontekście komunikacji interpersonalnej pozwala natomiast na bardziej ogólne i całościowe ujęcie tego zagadnienia. Korzystając z tej perspektywy, chciałbym w artykule pokazać, jak wzajemne powiązania i oddziaływania pomiędzy poszczególnymi elementami, takimi jak nadawca, odbiorca oraz komunikat, wpływają ostatecznie na komunikacyjną funkcję kłamstwa. Przy czym osadzenie kłamstwa w kontekście komunikacyjnym pozwala na rozpatrywanie pełnionych przez nie funkcji w sposób pragmatyczny, to znaczy w zależności od skutków, jakie niesie ono ze sobą dla samego procesu komunikacji – to znaczy, czy go ułatwia, czy utrudnia.

Z tego powodu artykuł jest podzielony na cztery części. W trzech paragrafach omówione zostaje znaczenie kłamstwa dla poszczególnych elementów procesu komunikacji interpersonalnej, ze zwróceniem uwagi na wzajemne powiązania pomiędzy nimi. W czwartym zostają pokazane pewne istotne konsekwencje kłamstwa w procesie komunikacji oraz skutki, jakie niesie ono ze sobą, zarówno dla jednostek, jak i całego społeczeństwa. W tym miejscu konieczną są jednak jeszcze pewne wstępne wyjaśnienia, istotne dla dalszych analiz. Po pierwsze, przez kłamstwo rozumieć będziemy świadome, celowe przedstawianie innego stanu rzeczy

² Mateusz Hohol, „Zjawisko kłamstwa w perspektywie nauk neurokognitywnych i ewolucyjnych,” *Semina Scientarium*, 2009, nr 8: 91–109.

niż ma to miejsce w rzeczywistości, pomimo naszej wiedzy o faktach i z intencją wprowadzenia odbiorcy w błąd, poprzez nabycie przez niego fałszywej wiedzy lub doprowadzenie do błędnych wniosków³. Definicja ta zwraca uwagę na kilka istotnych czynników, które decydować będą o tym, czy coś uznać możemy za kłamstwo. Przy czym najważniejszy wydaje się wymóg świadomości i intencjonalności owego aktu. Używając tej definicji możemy stwierdzić, że ludzkie kłamstwo jest fenomenem w skali świata zwierząt. Wydaje się bowiem, że prócz nielicznych przypadków wśród naczelnych⁴, kłamstwo jest domeną typowo ludzką. Choć wśród zwierząt znane są przypadki wykorzystywania mimikry, kamuflażu lub podstępu w celu zmylenia przeciwnika, to tego typu zachowań czy stanów nie można raczej klasyfikować jako kłamstwa – przede wszystkim z powodu braku intencjonalności czy świadomości tych działań⁵ – stanowiących, według podanej definicji, konieczne warunki kłamstwa.

Z tych samych powodów nie będzie też kłamcą osoba, która wymyśla jakąś nieprawdziwą historię, ale nie ukrywa tego faktu, np. pisarz lub malarz, który w swoim dziele przedstawia pewną często całkowicie fikcyjną rzeczywistość (o czym mówił już św. Augustyn w swoim traktacie *O kłamstwie*)⁶. Nie ma on bowiem za cel wprowadzenie odbiorcy w błąd – osoba sięgająca po książkę zdaje sobie sprawę, iż zawiera ona często wymyślone i nierzeczywiste opisy miejsc czy sytuacji (chyba, że jest to książka oparta na faktach, dokument itd. – wtedy, jeśli autor celowo i umyślnie rozmija się z prawdą, może on zostać oskarżony o kłamstwo). Także jeżeli ktoś powtarza jakąś nieprawdziwą informację, w którą jednak sam wierzy, nie będzie przez to kłamcą, a raczej osobą taką samą uznamy za ofiarę kłamstwa. Przykłady tego typu można mnożyć, nie jest to wszakże przedmiotem

³ Por. Ford Charles V., Brayan H. King, Marc H. Hollender, „Lies and liars, psychiatric aspects of prevarication,” *The American Journal of Psychiatry*, 1988, nr 145: 554–562; Paul Ekman, *Kłamstwo i jego wykrywanie w biznesie, polityce i małżeństwie*, tłum. Szymon Emilia Draheim i Marek Kowalczyk (Warszawa: PWN, 2003).

⁴ David Smith, „Natural-born liars,” *Scientific American Mind*, 2005, nr 16: 16–23.

⁵ Wśród zwierząt, czy roślin bardziej właściwe wydaje się użycie pojęcia *oszukiwania*, o ile przyjmujemy definicję Mitchella, traktująca oszukiwanie jako każdy fałszywy komunikat, którego celem jest przyniesienie korzyści nadawcy tegoż komunikatu. Por. Robert W. Mitchell, „A framework for discussing deception,” w: *Deception on human and nonhuman deceit*, red. Robert W. Mitchell, Nicolas Thompson (Albany: State University of New York Press, 1986), 3–4.

⁶ W tym traktacie podaje on definicję kłamstwa: „kłamstwo jest wypowiedzią fałszywą, obwieszoną z wolą wprowadzenia w błąd”. Św. Augustyn, *De Mendacio*, IV, 5, ML 4, 489; cyt. za: Jarosław Kucharski, *Usprawiedliwione kłamstwo we współczesnej etyce stosowanej* (Kraków: Wydawnictwo WAM, 2014), 46–48.

tego artykułu. Warto jednak wspomnieć o jeszcze jednej istotnej konsekwencji podanej definicji. Pozwala ona bowiem zaklasyfikować jako kłamstwo sytuację, gdy nadawca komunikatu, chcąc wprowadzić odbiorcę w błąd, przez przypadek mówi prawdę. Liczy się więc tutaj nie tyle sama treść komunikatu, co rzeczywiste intencje osoby mówiącej.

Inną ważną kwestią, która wymaga pewnego wprowadzenia, jest samo zagadnienie komunikacji. W najbardziej klasycznym modelu komunikacji interpersonalnej wyróżnia się trzy główne, powiązane ze sobą elementy: autor – nadawca, komunikat (kanał, kod, kontekst komunikacji) oraz adresat – odbiorca. Istotny jest fakt, że autor nie musi być tożsamy z nadawcą oraz że odbiorca nie zawsze jest adresatem komunikatu. Ponadto rzadko komunikacja interpersonalna przebiega w sposób jednostronny, z reguły nadawca i odbiorca zamieniają się rolami, wymieniając i dostosowując swoje komunikaty na zasadzie sprzężenia zwrotnego w toku wzajemnego porozumiewania się⁷. Prowadzone w ramach psychologii kłamstwa badania miały przeważnie dość jednostronny charakter i koncentrowały się głównie na motywach, które kierują kłamcą, a także na sygnałach, jakie są wysyłane, gdy się kłamie, oraz na potencjalnych możliwościach i sposobach ich odszyfrowania. Prowadziło to do ujmowania kłamstwa w sposób statyczny i ignorowania w znacznej mierze dynamicznego charakteru komunikacji oraz zwrotnych oddziaływań i relacji zachodzących pomiędzy nadawcą a odbiorcą⁸

Istotnym elementem jest również sam komunikat, będący pewnego rodzaju informacją przekazywaną za pomocą jakiegoś kodu (np. przez użycie symboli danego języka) i za pośrednictwem danego kanału (pismo, mowa, obraz). Informacją, do której prawidłowego odczytania potrzebna jest znajomość kodu, ogólnego kontekstu oraz pewnej konwencji⁹. W teorii komunikacji pojawia się także pojęcie szumu komunikacyjnego – na określenie wszelkiego typu zakłóceń, które mogą powodować zniekształcenie komunikatu i jego błędną interpretację, przy czym mogą one mieć charakter niezależny lub być celowo wywoływane. Zaznaczyć należy również fakt, że kodowanie i dekodowanie informacji wiąże się z jej interpre-

⁷ Marek Tokarz, *Argumentacja, perswazja, manipulacja* (Gdańsk: Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne, 2006), 13–16.

⁸ Em Griffin, *Podstawy komunikacji społecznej*, tłum. Olga Kubińska, Magdalena Kacmajor i Wojciech Kubiński (Gdańsk: Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne, 2003), 116–119.

⁹ Marian Filipiak, *Homo comunicans, wprowadzenie do teorii masowego komunikowania* (Lublin: Wydawnictwo UMCS, 2003), 13–19.

tacją zależną nie tylko od samej treści komunikatu, lecz także pewnego ogólnodostępnego kontekstu informacyjnego (naszej uprzedniej wiedzy na dany temat lub na temat osoby) czy przyjętych reguł konwersacyjnych¹⁰.

Nadawca

Rozważając kłamstwo od strony *nadawcy*, musimy przede wszystkim zwrócić uwagę na motywy, którymi kieruje się osoba udzielająca fałszywych informacji. Mijamy się z prawdą z różnych przyczyn, a jedną z nich jest chęć pozytywnej autoprezentacji oraz podtrzymania wysokiego poczucia własnej wartości. Często przedstawiamy bowiem lepszy, bardziej korzystny wizerunek własnej osoby niż ma to miejsce w rzeczywistości. Przedstawianie całkowicie niezgodnego z prawdą wizerunku siebie zdarza się jednak stosunkowo rzadko. Częściej występują drobne kłamstwa i przekoloryzowania w stosunku do własnej osoby, sugerujące że jesteśmy na przykład bogatsi lub inteligentniejsi, niż faktycznie jesteśmy¹¹. Takie działania mają często bardzo różne i złożone przyczyny. Możemy na przykład chcieć, by inni oceniali nas lepiej, gdyż to samo w sobie może być źródłem różnych korzyści. Często wybrana strategia autoprezentacji pełni funkcję instrumentalną i jest dobierana ze względu na realizację określonych celów¹².

Innym motywem może być chęć uniknięcia konfliktów, kary lub chęć podtrzymania pozytywnych relacji – to tzw. kłamstwa obronne, których głównym celem jest ochrona bliskiej relacji z drugą osobą. Często pojawiają się one w związkach, pozwalając uniknąć nieporozumień, zazdrości, wymówek. Wydaje się nawet, że kłamanie w bliskich związkach stanowi pewnego rodzaju normę¹³. Przez co często uważane jest nawet nie tyle za usprawiedliwione, co wręcz za konieczne.

Kolejny rodzaj stanowią kłamstwa żartobliwe, na których istnienie po raz pierwszy wskazał św. Tomasz z Akwinu¹⁴. Motywy stosowania tego typu kłamstwa mogą być bardzo różnorodne. Najczęściej są one opowiadane w ramach jakiejś obowiązującej konwencji, zwyczaju, gry lub zabawy słownej. Z reguły mają na celu osiągnięcie lub podtrzymywanie satysfakcjonujących relacji z innymi ludźmi.

¹⁰ Kucharski, *Usprawiedliwione kłamstwo*, 21.

¹¹ Mark Leary, *Wywieranie wrażenia na innych. O sztuce autoprezentacji*, tłum. Anna Kacmajor i Magdalena Kacmajor (Gdańsk: Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne, 1999), 16.

¹² Tamże, 16.

¹³ Bella M. DePaulo i Deborah A. Kashy, „Everyday lies in close and casual relationships,” *Journal of Personality and Social Psychology*, 1998, nr 74: 63–79.

¹⁴ Kucharski, *Usprawiedliwione kłamstwo*, 55–60.

Specyficzny typ stanowią tak zwane białe kłamstwa, będące w istocie zbiorem różnego rodzaju kłamstw i kryjących się za nimi motywów. Do tej kategorii zaliczyć można między innymi kłamstwa altruistyczne oraz kłamstwa grzecznościowe. Są one głównie motywowane dobrem drugiego człowieka. W pierwszym przypadku kłamiemy żeby chronić, nie sprawić komuś przykrości, ulżyć lub wprowadzić kogoś w dobry nastrój. Za takim kłamstwem może stać też chęć pomocy drugiej osobie¹⁵. Badania neuroobrazowe pokazują, że kłamstwa altruistyczne wiążą się ze zmianą aktywności mózgu w stosunku do sytuacji, gdy kłamstwo jest stosowane z egoistycznych pobudek¹⁶. Ciekawym przykładem takiego kłamstwa jest dość powszechne stosowanie przez lekarzy *placebo* w terapii pacjentów¹⁷.

Innym rodzajem kłamstw są kłamstwa manipulacyjne, wypowiedziane w celu osiągnięcia pewnych, szeroko rozumianych korzyści, na przykład zdobywanie pomocy, informacji, czy korzyści materialnych lub w celu uniknięcia kary. Głównym motywem tego typu kłamstwa jest chęć kontroli otoczenia¹⁸. Przy czym prawdziwe motywy naszego działania pozostają ukryte przed partnerem. Istotną rolę pełnią w tym przypadku działania ingracjacyjne, stanowiące szeroki zakres czynności i zachowań w stosunku do określonej osoby (lub grupy osób), mających na celu osiągnięcie konkretnych korzyści¹⁹. Zachowania te mogą mieć bardzo różnorodny i bogaty charakter, obejmując działania zmierzające do zdobycia sympatii, takie jak odpowiednia autoprezentacja (zawyżanie własnej wartości, lub eksponowanie pewnych cech jak bezradność, lęk, wstyd), konformistyczna zgoda, pochlebstwa, komplementowanie, upodobnianie się itd.²⁰

Najrzadziej spotykane są, tak zwane, kłamstwa destrukcyjne, przy pomocy, których kłamca sam nic nie zyskuje, ale za to wyrządza szkodę innym. Przy czym przez zysk rozumieć należy raczej jakieś konkretne korzyści osobiste, bowiem kłamca może odczuwać pewnego rodzaju satysfakcję czy zadowolenie z powodu skutków swojego działania (tzw. radość oszukiwania)²¹.

¹⁵ Mary E. Kaplar, *Lying happily ever after: altruistic white lies, positive illusion, and relationship satisfaction*, rozprawa doktorska (Bowling Green State University, 2006), 5.

¹⁶ Lijun Yin et al., „The Good Lies: Altruistic Goals Modulate Processing of Deception in the Anterior Insula,” *Human Brain Mapping* IV, nr 22 (2017): 2-3.

¹⁷ Sanjiv Erat i Uri Gneezy, „White Lies,” *Management Science* 58, nr 4 (2012): 723.

¹⁸ Tomasz Witkowski, *Psychologia kłamstwa* (Taszków: Biblioteka Moderadora, 2006), 117–124.

¹⁹ Zdzisław Chlewiński, „Ingracjacja jako technika manipulowania obrazem siebie,” *Seminare. Poszukiwania naukowe*, 1985, nr 7: 29.

²⁰ Robert Cialdini, *Wywieranie wpływu na ludzi. Teoria i praktyka*, tłum. Bogdan Wojciszke (Gdańsk: Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne, 1999), 154–189.

²¹ Ekman, *Kłamstwo i jego wykrywanie*, 71–73.

Wymienione typy kłamstw rzadko występują w izolacji – często różne przyczyny i motywacje wzajemnie się przenikają. I tak na przykład, gdy w ramach kłamstwa grzecznościowego, będąc na obiedzie u cioci stwierdzamy, iż nigdy w życiu nie próbowaliśmy lepszego kompotu – choć w rzeczywistości nie smakuje on nam; i tak naprawdę to nie lubimy kompotu. W takiej sytuacji nie tylko chcemy sprawić przyjemność naszej cioci i utrzymać pozytywną atmosferę wspólnego biesiadowania, ale także chcemy wydawać się mili i uprzejmi, a może też liczymy, na jakieś bardziej wymierne korzyści, na przykład, małą pożyczkę. Gdy zaś poznając ładną dziewczynę na dyskotecce opowiadamy jej o sobie, ubarwiając tu i ówdzie naszą biografię, to nie tylko sprawia nam przyjemność jej podziw czy zainteresowanie, ale będziemy, być może, liczyć na to, iż poda nam ona swój numer telefonu.

Analizując kłamstwo od strony nadawcy, warto wspomnieć, iż badania wskazują na znaczący wpływ różnic indywidualnych w umiejętności tworzenia i utrzymywania wiarygodności kłamstwa (umiejętność skutecznego ukrywania kłamstwa wiąże się w znacznym stopniu ze zdolnością do kontrolowania własnych emocji)²², a także częstotliwości korzystania z kłamstwa. Co ważne, ostateczny kształt kłamstwa i całościowy wysiłek włożony w jego przekazywanie zależą od pewnych własności sytuacji, w jakiej znajduje się nadawca komunikatu, na przykład od potencjalnego ryzyka, możliwych zysków i strat, prawdopodobieństwa wykrycia, statusu osoby, do której kłamstwo jest kierowane i tym podobnych czynników²³. Szczególnie istotny dla naszych rozważań jest stosunek nadawcy do odbiorcy, który będzie wpływał zwrotnie na emocje przeżywane podczas kłamania. Gdy okłamujemy osobę nam bliską, darzącą nas zaufaniem, możemy przeżywać silne poczucie winy, natomiast gdy staramy się okłamać osobę, o której wiadomo, że nie daje się łatwo oszukać, to możemy odczuwać lęk przed demaskacją. Przeżywanie tego typu silnych emocji będzie z kolei istotnie oddziaływać na zachowanie nadawcy i wyznaczać strategie podjęte w celu podtrzymania kłamstwa. Z kolei zaobserwowanie tego typu emocji u nadawcy może wpłynąć zwrotnie na interpretację komunikatu i przyczynić się do odkrycia oszustwa²⁴.

Nadawca także może obserwować odbiorcę i na podstawie zaobserwowanych u niego reakcji dostosowywać wysyłany komunikat. Gdy spotyka się z niedowierzaniem, może na przykład starać się podjąć kroki mające na celu uwiarygodnienie komunikatu lub zrezygnować z dalszego kłamstwa.

²² Tamże, 52–55.

²³ Jolanta Antas, *O kłamstwie i kłamaniu* (Kraków: Instytut Filologii Polskiej UJ, 1999), 163–198.

²⁴ Ekman, *Kłamstwo i jego wykrywanie*, 50–70.

Ponadto De Paulo wraz ze współpracownikami stwierdziła, że osoby charakteryzujące się większą tendencją do kłamania były bardziej manipulacyjne, silniej skoncentrowane na sobie, nastawione na autoprezentację oraz odznaczały się większą liczbą kontaktów towarzyskich. Natomiast osoby, które kłamały rzadziej, odznaczały się wyższym poziomem uspołecznienia oraz posiadały lepsze relacje z osobami tej samej płci²⁵.

Niektóre badania zdają się wskazywać na istnienie różnic między kobietami i mężczyznami w kłamaniu. Wydaje się, że mężczyźni wypowiadają więcej kłamstw zorientowanych na siebie, podczas gdy kobiety więcej kłamstw zorientowanych na innych, częściej wykorzystują pochlebstwa oraz rzadziej mówią rzeczy, które mogłyby kogoś zranić²⁶.

Komunikat

Kłamać można na wiele sposobów – całkowicie zmyślając, modyfikując fakty, ulepszając i przekoloryzowując. Można kłamać za pomocą nieprawd lub niedopowiedzeń, przemilczeń czy wieloznaczności. Można kłamać bezpośrednio lub pośrednio, za pomocą komunikacji werbalnej lub niewerbalnej, za pomocą aluzji, metafor, przy wykorzystaniu plotki. Do szczególnych rodzajów kłamstwa należą propaganda (występująca najczęściej w aspekcie politycznym) i reklama, a także indoktrynacja²⁷. Mają one charakter masowy oraz najczęściej jednostronny, co znaczy że komunikacja ma kierunek wyłącznie od nadawcy do odbiorcy. Jednak tymi rodzajami kłamstwa w pracy tej nie będę się bliżej zajmował, skupiając się raczej na analizie modelu komunikacji interpersonalnej.

Ze względu na kanały komunikacyjne, którymi kłamstwo jest przekazywane, podzielić można kłamstwa na językowe oraz pozajęzykowe. W skład tych pierwszych wchodzi zdania wyrażane przede wszystkim za pomocą języka naturalnego. I mogą mieć formę kłamstw bezpośrednich lub pośrednich²⁸. Językowe

²⁵ Bella DePaulo et al., „Lying in everyday life,” *Journal of Personality and Social Psychology* 70, nr 5 (1996): 989–994.

²⁶ Aldert Vrij, *Wykrywanie kłamstwa i oszukiwania. Psychologia kłamania i konsekwencje dla praktyki zawodowej*, tłum. Tomasz Sieczkowski (Kraków: Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, 2009), 11–12.

²⁷ Por. Anthony Pratkanis i Elliot Aronson, *Wiek propagandy*, tłum. Marcin Szuster i Józef Radzicki (Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN, 2004), 9–22.

²⁸ Dość często kłamstwa dzieli się też na aktywne i bierne, przy czym istnieje duża zbieżność pomiędzy podziałem na kłamstwa bezpośrednie i pośrednie (por. Antas, *O kłamstwie i kłamaniu*, 191).

kłamstwa bezpośrednio są w oczywisty sposób nie zgodne z rzeczywistością, a intencją mówiącego jest jawne, poniekąd, wprowadzenie w błąd odbiorcy – w takim przypadku treść zdania jest całkowicie nie prawdziwa zarówno w sensie logicznym jak i faktycznym – mamy wtedy do czynienia z zafałszowaniami²⁹.

Innym rodzajem kłamstw bezpośrednich są tak zwane pół-prawdy, w których występuje pomieszanie informacji prawdziwych z nieprawdziwymi. W. Chudy stwierdza, że półprawdy (a w zasadzie komunikaty półprawdziwe) występują, gdy „treść komunikatu nie jest w pełni prawdziwa, ale nie jest też w pełni fałszywa [...] fałsz dotyczy pewnej istotnej części sądu, brakującej do charakterystyki prawdy absolutnej”³⁰.

Inaczej przedstawia się sprawa kłamliwych językowych komunikatów pośrednich. Do głównych typów tego rodzaju kłamstw zaliczyć można ukrycia (przemilczenia) i dwuznaczności. Rodzajem kłamstw opartych o dwuznaczności są wypowiedzi nie wprost, charakteryzujące się pewną dozą niedopowiedzenia, które prowadzi do przyjęcia fałszywych przesłanek lub wniosków. Ciekawy przykład tego typu kłamstw stanowią implikatury oraz presupozycje³¹.

Innym typem kłamstwa pośredniego jest dawanie wymijających odpowiedzi – gdy jesteśmy pytani o jedną rzecz, zaczynamy odpowiadać na jakieś inne, luźno lub wcale nie powiązane tematy³². Tego typu kłamstwem często posługują się politycy, którzy posiadają dużą wprawę w udzielaniu wymijających odpowiedzi.

Także przemilczenie czy też ukrywanie pewnych niewygodnych dla nas wątków stanowi formę kłamania nie wprost. Choć na poziomie komunikatu nie mijamy się z prawdą, to zamierzone zatajenie pewnych informacji prowadzi u słuchacza do powstania fałszywego obrazu danego zdarzenia czy stanu rzeczy³³.

Wśród kłamstw pozajęzykowych, do najczęstszych należą te związane z całą sferą komunikacji niewerbalnej obejmującej przede wszystkim mowę ciała – mimikę, gesty, postawę, ale także wygląd zewnętrzny oraz elementy paralingwistyczne (ton głosu, tempo, głośność wypowiedzi). Najczęściej chyba w tej sferze mamy do czynienia z zafałszowywaniem naszych emocji i stanów psychicznych.

²⁹ Ekman, *Kłamstwo i jego wykrywanie*, 29–32.

³⁰ Wojciech Chudy, *Filozofia kłamstwa. Kłamstwo jako fenomen zła w świecie osób i społeczeństw* (Warszawa: Oficyna Wydawnicza Volumen, 2003), 62.

³¹ Wojciech Suchoń, *Teoretyczne problemy logiki praktycznej* (Kraków: Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, 2008), 52–62.

³² Marek Tokarz, *Argumentacja, perswazja, manipulacja* (Gdańsk: Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne), 2006.

³³ Ekman, *Kłamstwo i jego wykrywanie*, 29–32.

Za pomocą mimiki najczęściej udajemy lub staramy się ukryć różne emocje, jak chociażby radość, wstyd, żal, smutek, gniew lub pewne stany psychiczne, takie jak zamyślenie, zmęczenie, pobudzenie, ciekawość.

Jak widać z tej pobieżnej analizy, kłamstwo na poziomie samego komunikatu może przybierać bardzo złożony i różnorodny charakter. Daje to z jednej strony wielość środków i potencjalnych strategii nadawcy komunikatu służących do uwiarygodnienia kłamstwa, z drugiej zaś – szeroki zakres ważnych do rozkodowania i zdemaskowania poziomów komunikatu przez odbiorcę.

Także w przypadku komunikatu istotne stają się sieci powiązań pomiędzy nadawcą a odbiorcą. Wybór odpowiedniej i skutecznej strategii kłamania, zależy będzie od tego, co wiemy o odbiorcy, czy go znamy, czy będziemy go jeszcze kiedyś spotykać, jakie grożą nam konsekwencje z jego strony. Równie istotne są także nasze osobiste predyspozycje, umiejętności i praktyka w tego typu działaniach. To tego rodzaju czynniki decydować będą o tym, czy lepiej posłużyć się przemilczeniem, falsyfikacją czy może jakąś wieloznaczną odpowiedzią. Jeżeli mamy nie najlepszą pamięć i niską zdolność do improwizacji to korzystniejsze będą przemilczenia lub wieloznaczności, niż bezpośrednie wymyślanie historii i pamiętanie jej wszystkich szczegółów oraz narażanie się na ryzyko odwiedzi na niewygodne pytania. Jeżeli nie mamy zdolności aktorskich, lepiej też nie udawać zbyt gwałtownych emocji, które mogą wydać się przekoloryzowane, nieszczerze i wzbudzić wątpliwości. Jeżeli zaś wiemy, że odbiorca jest osobą dociekliwą i bardzo wnikliwą, lepiej byłoby zawczasu obmyślić różne szczegóły naszego kłamstwa, możliwe pytania i odpowiedzi.

Odbiorca

Kłamstwo zawsze istnieje w odniesieniu niejako do „drugiego”, do innego poznającego podmiotu i nie ważne jest w istocie, czy osoba okłamywana wie o tym i zna faktyczny stan rzeczy, czy nie. Nie jest także ważne, czy odbiorca jest jakąś konkretną osobą, czy może stanowi jakiś zbiorowy lub wyabstrahowany podmiot. Ważny jest natomiast kierunek ku komuś lub czemuś.

Kłamanie jest aktywnym działaniem, aktem, w który zaangażowane są dwie strony komunikatu: nadawca i odbiorca. W pierwszym przypadku, nadawca z pewnych względów i powodów przygotowuje i czynnie wyraża kłamstwo. W drugim mamy do czynienia z podmiotem, który odbiera fałszywy komunikat. Odbiorca

musi rozkodować, nadać znaczenie i zinterpretować otrzymany komunikat. Stosunek i zachowanie odbiorcy wobec nadawcy – na przykład okazywana podejrzliwość lub brak zaufania wobec nadawanego komunikatu lub osoby (kłamającej) – wpływają zwrotnie na zachowanie nadawcy. Może on na przykład całkowicie zrezygnować z kłamstwa lub wręcz przeciwnie – starać się jak najbardziej i jak najlepiej uwiarygodnić swój komunikat, dysponując szerokim repertuarem zachowań i strategii³⁴. Odbiorca w procesie komunikacji interpersonalnej może próbować też bardziej aktywnych sposobów demaskacji kłamstwa, poprzez zgłaszanie wątpliwości, dopytywanie, prośby o powtórzenie, czy nawet wręcz poprzez „zastawianie pułapek” – tego typu zachowania są częste wśród osób zajmujących się przesłuchaniami i zdobywaniem zeznań³⁵.

To niestety na odbiorcy spoczywa ciężar rozpoznania i odkrycia kłamstwa. Nie jest to jednak zadanie łatwe. Nie ułatwia go fakt, że według niektórych badaczy ludzie mają naturalną tendencję do akceptowania i wierzenia we wszystko, co usłyszą – niejako w sposób automatyczny, dopiero w dalszej kolejności aktywna analiza dostarczonych informacji pozwala na odrzucenie spośród nich tych fałszywych lub mniej wiarygodnych wypowiedzi³⁶. Analiza ta wymaga pewnego poziomu zasobów i aktywności poznawczej, a więc i pewnego wysiłku, którego nie zawsze jednostka chce lub może się podjąć³⁷.

Subiektywna wiarygodność i ważność odbieranych komunikatów rośnie również w sytuacjach, gdy nadawca komunikatu jest dla nas autorytetem – przy czym badania pokazują, że nawet niekoniecznie w dziedzinie na temat, której się wypowiada. Często zdarza się, że jakieś autorytety moralne wypowiadają się na tematy naukowe, czy polityczne – i *vice versa*. Co gorsza, współcześnie rolę autorytetów pełnią różnego rodzaju tak zwani celebryci, którzy już całkiem dowolnie i swobodnie potrafią wypowiadać się na przeróżne tematy. Autorytetami są także eksperci, którzy dysponują specjalistyczną wiedzą w jakiejś konkretnej dziedzinie. Niestety badania pokazują, że nasze zaufanie do ekspertów czy autorytetów może opierać się na bardzo nikłych przesłankach. Na przykład obserwuje się znaczącą

³⁴ David B. Buller i Judee K. Burgoon, „Interpersonal deception theory,” *Communication Theory*, 1996, nr 6: 204–210.

³⁵ Vrij, *Wykrywanie kłamstwa i oszukiwania*, 217–220.

³⁶ Daniel T. Gilbert, „How mental system believe?,” *American Psychologists* 46, nr 2 (1991): 107–119.

³⁷ Daniel Kahneman, *Pułapki myślenia. O myśleniu szybkim i wolnym*, tłum. Piotr Szymczak (Poznań: Media Rodzina, 2012), 29–132.

uległość i podatność na wpływ osób, które w rzeczywistości jedynie używają atrybutów, które świadczą o autorytecie, takich jak mundur policjanta, lekarski kitel czy strój strażaka³⁸.

Wzrost podatności na przyjmowanie pewnego komunikatu występuje również w sytuacjach konformizmu społecznego. Grupa społeczna, w której żyjemy i na której nam zależy może być istotnym czynnikiem wpływającym na uznawanie pewnych treści za prawdziwe, często nawet pomimo ich oczywistej fałszywości³⁹.

Wydaje się więc, że istotnym zadaniem stojącym przed odbiorcą jest demaskacja kłamstwa i odkrycie prawdy. Jeżeli jednak nie znamy rzeczywistego przebiegu wydarzeń i nie mamy dobrego, wiarygodnego źródła, które pozwoliłoby nam zweryfikować uzyskane informacje, nie jest to zadanie łatwe. Wymaga sporego doświadczenia oraz pewnego zasobu wiedzy teoretycznej.

Badania pokazują, że ludzie bardzo słabo radzą sobie z wykrywaniem kłamstwa. Ich zdolność do detekcji oszustw waha się na pograniczu przypadkowości⁴⁰. Okazuje się także, że osoby, które z racji wykonywanego zawodu – jak celnicy, policjanci, psychiatrzy czy sędziowie – osiągają wyniki nie lepsze niż studenci; pod tym względem najlepiej wypadali agenci służb specjalnych, ale nawet ich skuteczność nie przekraczała 64%⁴¹. Nie tylko jesteśmy kiepscy w wykrywaniu kłamstwa wśród osób nam nieznanych, ale i nie radzimy sobie zupełnie w tej kwestii z osobami nam bliskimi. Badania pokazują, że rodzice mają duże problemy z odkryciem, kiedy ich dzieci kłamią. Nie lepiej radzą sobie małżonkowie i partnerzy pozostający w długotrwałych związkach; przy czym może to wynikać z faktu, że ludzie nie zawsze chcą znać prawdę i wolą wierzyć w niektóre kłamstwa⁴².

Warto zwrócić uwagę na fakt, że w większości tego typu badań uczestnicy wiedzieli, że będą okłamywani, w rzeczywistości jednak rzadko możemy liczyć na tego typu komfort. Co równie istotne, wśród ludzi panuje wiele fałszywych przekonań na temat tego, jak „powinni” zachowywać się kłamcy. Na przykład potoczne

³⁸ Leonard Bickman, „The social power of a uniform,” *Journal of Applied Social Psychology*, 1974, nr 4: 47–61. A czasem tylko się za takie osoby podają; por. Charles K. Hofling et al., „An Experimental Study of Nurse-Physician Relationships,” *Journal of Nervous and Mental Disease*, 1966, nr 143: 171–180.

³⁹ Bogdan Wojciszke, *Człowiek wśród ludzi. Zarys psychologii społecznej* (Warszawa: Scholar, 2002), 247–251.

⁴⁰ Richard Wiseman, *Dziwnologia: odkrywanie wielkich prawd w rzeczach małych*, tłum. Jacek Konieczny (Warszawa: Wydawnictwo W.A.B., 2010), 79.

⁴¹ Maureen O’Sullivan et al., „Which is more important in judging others: Behavior, channel or situation?” Manuscript in preparation (1988); podają za: Antas, *O kłamstwie i kłamaniu*, 280.

⁴² Wiseman, *Dziwnologia*, 8.

przeświadczenie, że kłamca nie patrzy nam w oczy, unika kontaktu wzrokowego, nie znajdują potwierdzenia w systematycznych badaniach nad wykrywaniem kłamstwa, które sugerują nam wręcz coś przeciwnego⁴³. Podobnie jest z tak zwanymi gestami manipulacyjnymi (gesty chwytania, czyszczenia, drapania), które rzekomo mają świadczyć o nieszczerości nadawcy. Interesujące są w tym kontekście wyniki badań pokazujące, że tego typu przekonania są dość powszechne w skali globalnej i typowe dla ludzi pochodzących z bardzo odmiennych kultur⁴⁴.

Wykrywanie czy rozpoznawanie kłamstwa zachodzić może na dwóch zasadniczych płaszczyznach powiązanych z kanałami komunikacyjnymi, którymi kłamstwo może być przekazywane. Jest to płaszczyzna językowa i pozajęzykowa (przez którą rozumie się głównie tak zwaną mowę ciała, ale także zachowania parajęzykowe). Zagadnieniem tym nie będziemy się jednak zajmować, gdyż nie jest ono bezpośrednim tematem artykułu; ponadto zagadnienie to jest w obszernie omówione w literaturze przedmiotu. Warto jednak zwrócić uwagę na kilka faktów. Kłamstwo przejawiać się może na dwóch poziomach (kanałach) komunikacji. Jeżeli chodzi o kanał niewerbalny, to jest on trudny do kontroli (szczególnie w sytuacji, gdy kłamaniu towarzyszą silne emocje⁴⁵), co wynika w znacznej mierze z automatycznego charakteru reakcji emocjonalnych, zachodzących mimowolnie i poza świadomością⁴⁶. Nowsze badania pokazują jednak, że dużo skuteczniejszą metodą w wykrywaniu kłamstwa może być analiza językowa komunikatu⁴⁷. W tym przypadku analizujemy nie tyle to, jak dana osoba mówi, ale skupiamy się na tym, co mówi, a więc na treści jej wypowiedzi. Analizy tego typu obejmują różne aspekty, na które należy zwrócić uwagę podczas przysłuchiwania się danemu komunikatowi (ale także podczas czytania)⁴⁸.

⁴³ Barbara Peas i Allan Peas, *The Definitive book of body language* (Buderim: Pease International, 2004), 142–164.

⁴⁴ Międzynarodowa grupa badaczy, „A World of Lies,” *Journal of Cross-Cultural Psychology* 1, nr 37 (2006): 60–74.

⁴⁵ Por. Paul Ekman i Wallace V. Friesen, „Nonverbal leakage and clues to deception,” *Psychiatry*, 1969, nr 32: 88–105; Paul Ekman i Wallace V. Friesen, „Hand movements,” *Journal of Communication*, 1972, nr 22: 352–374, Paul Ekman i Wallace V. Friesen, „Detecting deception from the abody or face,” *Journal of Personality and Social Psychology* 29, nr 3 (1974): 288–298.

⁴⁶ Paul Ekman, „Mistakes When Deceiving,” *Annals of the New York Academy of Sciences*, 2010, nr 364: 269–270.

⁴⁷ Wiseman, *Dziwnologia*, 83–88.

⁴⁸ Por. Marek Tokarz, *Argumentacja, perswazja, manipulacja* (Gdańsk: Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne, 2006), 266–267, 288–291; Vrij, *Wykrywanie kłamstwa i oszukiwania*, 100–105.

Z odczytywaniem i interpretowaniem wskazówek kłamstwa wiąże się jednak poważne ryzyko związane z popełnieniem błędu Otella lub błędu Brokova. Pierwszy z nich dotyczy sytuacji, gdy błędnie interpretujemy sygnały pobudzenia, wyciągamy fałszywe wnioski na temat rzeczywistych przyczyn przeżywanych emocji u naszego rozmówcy. Na przykład ktoś jest zdenerwowany, bo boi się, że mu nie uwierzemy, a nie dlatego, że kłamie. Drugi błąd polega na nieuwzględnieniu różnic indywidualnych przy analizie zachowania naszego interlokutora, na przykład możemy wziąć naturalne dla osoby zachowanie, np. pocieranie brwi, lub sposób mówienia (np. wtrącanie pewnych zwrotów, jąkanie się) za objaw kłamstwa⁴⁹.

Konsekwencje kłamstwa

Dwie podstawowe funkcje komunikacji interpersonalnej to funkcja poznawcza, polegająca na aktywnej wymianie, zdobywaniu i przetwarzaniu informacji uzyskanych od innych, oraz funkcja społeczna, która pozwala na powstawanie trwałych więzi struktur społecznych. Umożliwia tworzenie się poczucia tożsamości grupowej⁵⁰. Ponadto komunikacja pełni funkcję psychologiczną, pozwalającą na zaspokojeniu różnych potrzeb psychicznych jednostki. Kłamstwo niewątpliwie występuje na wszystkich trzech płaszczyznach i – jak się przekonamy – może wywierać wpływ zarówno pozytywny, jak i negatywny.

Na poziomie poznawczym, fałszywy komunikat w oczywisty sposób wprowadza nas w błąd; gdy podejmujemy trud komunikacji motywowany potrzebami poznawczymi, liczymy że uzyskamy informacje rzetelne i wiarygodne, na podstawie których będziemy mogli wyrobić sobie względnie prawdziwy pogląd o jakiejś rzeczy. Nic dziwnego, że gdy tak się nie dzieje, jesteśmy źli i rozczarowani, a kłamca staje się osoba, której nie traktujemy jako równoprawnego partnera w dalszej wymianie informacji. Jest jednak pewien aspekt, na który warto zwrócić uwagę: odkrycie kłamstwa i zidentyfikowanie jego nadawcy może mieć wysoką wartość informacyjną. Dzięki temu wiemy, że osoba ta jest nie godna zaufania i że należy uważać podczas dalszych z nią kontaktów, możemy uniknąć w przyszłości strat związanych z bazowaniem na nieprawdziwych informacjach⁵¹.

⁴⁹ Tamże, 146–168.

⁵⁰ Kucharski, *Usprawiedliwione kłamstwo*, 27–28.

⁵¹ Por. Wojciszke, *Człowiek wśród ludzi*, 113–125.

Kłamstwo w kontekście społecznym stanowić może poważną blokadę, znacząco utrudniającą proces wzajemnej komunikacji, i to zarówno ze strony kłamcy, jak i osoby okłamywanej. Kłamstwo bowiem wymaga, z jednej strony, pewnej dozy wysiłku, nie tylko potrzebnego do jego stworzenia, ale także podtrzymywania i zapobiegania jego wykryciu. Skutkuje to tym, że kłamca doświadcza ciągłego strachu przed ujawnieniem i z tego powodu poddany jest nieustannej presji psychicznej. Zaburza to spontaniczność przekazu; kłamca musi ciągle uważać na to, co mówi, jakie komunikaty wysyła, czy są spójne i czy nie spowodują one jego demaskacji. Ponadto często zdarza się, że kłamcy towarzyszy poczucie winy, które również negatywnie wpływa na dalsze zachowanie się nadawcy komunikatu⁵².

Wykrycie kłamstwa może spowodować nawet zerwanie procesu komunikacji. Nikt nie lubi być oszukiwany, dlatego kłamca może liczyć się z negatywnymi reakcjami ze strony współmówców, gdy jego kłamstwa staną się jawne. W naturalny sposób, ujawnienie kłamstwa prowadzi do spadku zaufania, które jest istotnym czynnikiem w procesie nawiązywania satysfakcjonujących relacji z innymi. Efektem jest także wzrost podejrzliwości oraz sceptycyzmu w stosunku do przyszłych relacji⁵³. Osobie, która raz zawiodła nasze zaufanie, bardzo trudno jest je ponownie odbudować, a często staje się to wręcz niemożliwe. Także nadanie osobie negatywnej etykiety „kłamcy” może być czynnikiem, który będzie utrudniał jej w przyszłości nawiązywanie i podtrzymywanie satysfakcjonujących kontaktów interpersonalnych⁵⁴.

Kłamstwo może wywierać destrukcyjny wpływ na samo społeczeństwo, wiąże się bezpośrednio z poziomem nieufności wobec innych. Może prowadzić do zaniku komunikacji opartej na zaufaniu, utrudniając tym samym tworzenie się trwałych i satysfakcjonujących więzi społecznych⁵⁵ lub doprowadzając do zaniku już istniejących, co przyczynia się do rozpadu społeczeństwa⁵⁶. Wywoływać może także poczucie zagrożenia⁵⁷, prowadzić do wzrostu lęku i niepokoju u jednostki, która nie może się czuć komfortowo w świecie, w którym „każdy chce ją oszukać”.

⁵² Antas, *O kłamstwie i kłamaniu*, 15–22.

⁵³ Katarzyna Cantarero, „Kłamstwo a manipulacja,” w: *Przestrzenie manipulacji społecznej*, red. Dariusz Doliński, Małgorzata Gamian-Wilk (Warszawa: PWN, 2014), 23.

⁵⁴ Wojciszke, *Człowiek wśród ludzi*, 283–284.

⁵⁵ Janina Filek, „Kłamstwo w sferze gospodarczej jako jeden z czynników osłabiających mechanizm wolnorynkowy,” w: *Kłamstwo w życiu publicznym*, red. Władysław Zuziak, Joanna Mysona Byrska (Kraków: WN UPJPII, 2009), 104.

⁵⁶ Kucharski, *Usprawiedliwione kłamstwo*, 50.

⁵⁷ Wojciech Chudy, *Spółczesność zakłamane – esej o społeczeństwie i kłamstwie* (Warszawa: Oficyna Wydawnicza, 2007), 4.

Może być przyczyną doznawania permanentnego stanu niepokoju, wzmożonej czujności, czy podejrzliwości wobec innych.

Czasem jednak kłamstwo może przynosić korzyści – zarówno kłamcy, jak i osobie okłamywanej. Na przykład dość często zdarza się, że rodziny, wiedząc o poważnej chorobie jednego z jej członków, ukrywają ten fakt przed tą osobą, co ma ją ochronić przed negatywnymi emocjami, utratą nadziei itd. Podobnie lekarz nie zawsze musi informować pacjenta o jego stanie zdrowia, jeżeli sądzi, że może to być dla niego niekorzystne (jednakże na bezpośrednie żądanie pacjenta lekarz obowiązany jest do dokładnego i rzeczowego poinformowania go o jego stanie zdrowia). Bywają także kłamstwa w dobrej sprawie, które mogą ratować nawet ludzkie życie. Tego typu kłamstwa mają na uwadze przede wszystkim dobro drugiego człowieka. Również tak zwane białe kłamstwa, o których mowa była wcześniej, mogą być czynnikiem usprawniającym wzajemną komunikację poprzez budowanie pozytywnych relacji pomiędzy jej uczestnikami. Często są one dobrze widziane, pożądane czy wręcz nawet wymagane w pewnych środowiskach lub sytuacjach. Istnieją też kłamstwa, które mają ochraniać relację interpersonalną. Na przykład w związkach często kłamie się, by uniknąć kłótni lub znacznego pogorszenia wzajemnych stosunków. Ponadto kłamstwa mogą być stosowane w ramach gry czy zabawy – w pewnych określonych okolicznościach, lub stanowić pewnego rodzaju żart, kawał itd. Wydaje się, że istotną funkcją kłamstwa w procesie wzajemnej komunikacji może być chęć rozpoczęcia lub podtrzymania pozytywnych relacji z innymi ludźmi⁵⁸.

Jednak to, jakie konsekwencje będzie miało kłamstwo, zależy nie tylko od intencji, lecz także od cech i nastawienia odbiorcy. Choć w trosce o dobro pacjenta lekarz może zatajać stan jego zdrowia, to interpretacja tego faktu zależy będzie od osoby okłamywanej. Niektórzy wolą przysłowiową gorzką prawdę od słodkiego kłamstwa i tego typu sytuacja może wywołać u nich negatywne emocje, spadek zaufania do lekarza (a może i do lekarzy w ogóle) i utrudnić w przyszłości prawidłową relację. Istnieją też jednak osoby, które wolą być okłamywane niż poznać niewygodną prawdę, na przykład zdradzana żona może woleć ignorować sygnały niewierności swojego męża i akceptować jego kłamstwa, w sytuacji gdy ewentualny rozwód wiązałby się ze znacznym pogorszeniem jej sytuacji materialnej.

⁵⁸ Katarzyna Cantarero, „Podtrzymanie relacji jako funkcja kłamstwa w komunikacji interpersonalnej,” w: *Współczesne teorie komunikacji 2*, red. Agnieszka Łaba (Wrocław: Oficyna Wydawnicza ATUT 2010), 29–40.

Podsumowanie

Kłamstwo jest niewątpliwie istotnym aspektem naszej codziennej komunikacji z innymi. Według różnych badań, kłamiemy od dwóch do trzech razy dziennie⁵⁹. Inne badania pokazały, że w ciągu 10 minut konwersacji aż 60% badanych skłamało co najmniej raz⁶⁰. Biorąc pod uwagę wyniki tych oraz innych badań, wydaje się, że sami jesteśmy równie często nadawcami, jak i odbiorcami kłamliwego komunikatu⁶¹. Dlatego tak ważne staje się zrozumienie tej jakże powszechnej czynności, która pełni istotne funkcje komunikacyjne i niesie ze sobą różnorodne konsekwencje zarówno dla podmiotów uwikłanych w ten proces, jak i dla społeczeństwa. W artykule ujmowałem kłamstwo od strony poszczególnych elementów typowych dla modelu komunikacji interpersonalnej (nadawca – komunikat – odbiorca), zwracając przy tym zwrócić uwagę na wzajemne powiązania między poszczególnymi elementami oraz na dynamiczny charakter tego zjawiska, w które zaangażowane są różne strony mające odmienne cele i motywacje i które ostatecznie wpływają na znaczenie kłamstwa w procesie wzajemnej komunikacji.

Ogromna dynamika procesu kłamania i wielość aspektów, których ono dotyczy, nie pozwoliły na dokonanie w tym artykule bardziej szczegółowej analizy omawianego zagadnienia, która siłą rzeczy musi mieć dość ogólny charakter. Dlatego na zakończenie chcę podkreślić kilka istotnych, moim zdaniem, kwestii. Po pierwsze pamiętać należy, że wszystkie elementy procesu komunikacji (nadawca, komunikat, odbiorca) współistnieją ze sobą, tworząc nierozzerwalną całość. Po drugie, warto zaznaczyć, że kłamstwo jest pewną czynnością, którą w pełni zrozumieć można jedynie w kontekście wzajemnej komunikacji; jest procesem wymiany sensów i znaczeń pomiędzy nadawcą a odbiorcą. Od tego całościowego charakteru wzajemnych relacji, a więc od ogólnych motywacji, rodzaju komunikatu, informacji zwrotnych, nastawienia odbiorcy, możliwych interpretacji, zależać będzie nie tylko powodzenie kłamstwa, lecz także jego ostateczne znaczenie, funkcja i możliwa ewaluacja.

⁵⁹ DePaulo et al., „Lying in everyday life,” 979–995.

⁶⁰ Travis Bradberry, „Sixty Percent of Your Colleagues Are Lying to You,” http://www.huffingtonpost.com/dr-travis-bradberry/sixty-percent-of-your-col_b_9044758.html (dostęp 21.01.2017)

⁶¹ Katarzyna Cantarero, „Wykrywanie kłamstwa w komunikacji interpersonalnej,” *Psychologia Społeczna* 4, nr 3 (2009): 167.

Choć teoretycznie kłamstwo posiada charakter zero-jedynkowy, to w sytuacji komunikacyjnej mamy do czynienia z całą gamą różnorodnych relacji wpływających ostatecznie na funkcję (utrudniająca lub ułatwiająca wzajemną komunikację), jaką ono pełni. Możemy więc mieć do czynienia z sytuacją, w której kłamstwo zostało wprowadzone w czyn – nadawca wypowiedział komunikat z intencją wprowadzenia odbiorcy w błąd. W takim przypadku znaczenie komunikacyjnej zależności będzie po pierwsze od tego, czy kłamstwo to jest znane lub czy zostanie wykryte. Jeżeli tak, to jakie konsekwencje niesie ono ze sobą dla odbiorcy, co znowu będzie zależało w pewnym sensie – jak było już powiedziane – od motywacji nadawcy oraz nastawienia i cech odbiorcy. Od tego więc, czy kłamstwo to ma charakter altruistyczny, grzecznościowy, obronny czy może manipulacyjny lub patologiczny, oraz od tego, jaki stosunek ostatecznie ma odbiorca do kłamstwa.

W sytuacji, gdy kłamstwo nie jest znane ani nie będzie wykryte, o jego znaczeniu decydować będzie ostateczny skutek dla procesu wzajemnej komunikacji, a więc czy będzie go zapoczątkowywało, podtrzymywało czy może zaburzało i utrudniało (np. wyrzuty sumienia nadawcy spowodują, że sytuacja komunikacyjna stanie się dla niego ciężarem).

Możemy mieć też do czynienia z przypadkiem, w którym nadawca nie miał intencji oszukania odbiorcy, ten jednak przypisuje mu takie działanie, co może mieć przyczyny w uprzednich doświadczeniach odbiorcy (nadawca już go kiedyś oszukał lub odbiorca wielokrotnie już w przeszłości był ofiarą oszustwa) lub być wynikiem ogólnie wysokiego poziomu nieufności odbiorcy wobec innych. Tego typu „domniemane kłamstwo” w oczywisty sposób będzie utrudniało proces wzajemnej komunikacji i niosło ze sobą negatywne konsekwencje, zarówno dla nadawcy, jak i dla odbiorcy.

Jak więc widać, na to, jaką ostatecznie funkcję kłamstwo będzie pełniło w procesie komunikacji interpersonalnej – to znaczy czy będzie ją ułatwiać, czy utrudniać – wpływać będą wzajemne powiązania i oddziaływania pomiędzy wszystkimi elementami procesu komunikacji.

Bibliografia

- Ajdukiewicz Kazimierz. *Zagadnienia i kierunki filozofii: teoria poznania, metafizyka*. Warszawa: Wydawnictwo Czytelnik, 1983.
- Augustyn św. *On Lying (De Mendacio)*. Tłum. Robert H. Browne. www.newadvent.org/fathers/1312.htm (dostęp: 01.09.2017).

- Antas, Jolanta. *O kłamstwie i kłamaniu*. Kraków: Instytut Filologii Polskiej UJ, 1999.
- Bargh, Johna. „Automatyzmy dnia powszedniego.” Tłum. Krzysztof Przybyszewski. *Czasopismo Psychologiczne* 5, nr 3 (1999): 209–256.
- Bickman, Leonard. „The social power of a uniform.” *Journal of Applied Social Psychology*, 1974, nr 4: 47–61.
- Buller, David B. i Judee K. Burgoon. „Interpersonal deception theory.” *Communication Theory*, 1996, nr 6: 203–242.
- Bradberry, Travis. „Sixty Percent of Your Colleagues Are Lying to You.” http://www.huffingtonpost.com/dr-travis-bradberry/sixty-percent-of-your-col_b_9044758.html (dostęp 21.01.2017).
- Chudy, Wojciech. *Społeczeństwo zakłamane – esej o społeczeństwie i kłamstwie – 1*. Warszawa: Oficyna Wydawnicza, 2007.
- Chudy, Wojciech. *Filozofia kłamstwa. Kłamstwo jako fenomen zła w świecie osób i społeczeństw*. Warszawa: Oficyna Wydawnicza Volumen, 2003.
- Cantarero, Katarzyna. „Wykrywanie kłamstwa w komunikacji interpersonalnej.” *Psychologia Społeczna* 4, nr 3 (2009): 167–176.
- Cantarero, Katarzyna. „Podtrzymanie relacji jako funkcja kłamstwa w komunikacji interpersonalnej.” W: *Współczesne teorie komunikacji 2*. Red. Agnieszka Łaba. Wrocław: Oficyna wydawnicza ATUT, 2010.
- Cantarero, Katarzyna. „Kłamstwo a manipulacja.” W: *Przestrzenie manipulacji społecznej*, red. Dariusz Doliński i Małgorzata Gamian-Wilk, 60–82. Warszawa: PWN, 2014.
- Chlewiński, Zdzisław. „Ingracjacja jako technika manipulowania obrazem siebie.” *Seminare. Poszukiwania naukowe*, 1985, nr 7: 29–37.
- Cialdini, Robert. *Wywieranie wpływu na ludzi. Teoria i praktyka*. Tłum. Bogdan Wojcieszke. Gdańsk: Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne, 1999.
- Damasio, Antonio. *Błąd Kartezjusza, emocje, rozum i ludzki mózg*. Tłum. Maciej Karpiński. Poznań: Wyd. Rebis, 1999.
- DePaulo, Bella M. i Deborah A. Kashy. „Everyday lies in close and casual relationships.” *Journal of Personality and Social Psychology*, 1998, nr 74: 63–79.
- DePaulo, Bella M., Susan E. Kirkendol, Deborah A. Kashy, Mellisa M. Wyer, Jennifer A. Epstein. „Lying in everyday life.” *Journal of Personality and Social Psychology* 70, nr 5 (1996): 979–995.
- Ekman, Paul. *Kłamstwo i jego wykrywanie w biznesie, polityce i małżeństwie*. Tłum. Szymon Emilia Draheim i Marek Kowalczyk. Warszawa: PWN, 2003.
- Ekman, Paul. „Mistakes When Deceiving.” *Annals of the New York Academy of Sciences*, 1981, nr 364: 269–278.
- Ekman, Paul i Wallace V. Friesen. „Nonverbal leakage and clues to deception.”, *Psychiatry*, 1969, nr 32: 88–105.
- Ekman, Paul i Wallace V. Friesen. „Hand movements.” *Journal of Communication*, 1972, nr 22: 352–374.

- Ekman, Paul i Wallace V. Friesen. „Detecting deception from the abody or face.” *Journal of Personality and Social Psychology* 29, nr 3 (1974): 288–298.
- Ekman, Paul i Maureen O’Sullivan. „Who can catch a liar?” *American Psychologist*, 1991, nr 46: 913–920.
- Ehrhardt, Ute i Wilhelm Johnen. *Sztuka inteligentnego kłamstwa*. Tłum. Barbara Tarnas. Warszawa: Burda książki, 2013.
- Erat, Sanjiv i Uri Gneezy. „White Lies.” *Management Science* 58, nr 4 (2012): 723–730.
- Filek, Janina. „Kłamstwo w sferze gospodarczej jako jeden z czynników osłabiających mechanizm wolnorynkowy.” W: *Kłamstwo w życiu publicznym*, red. Władysław Zuziak, Joanna Mysona Byrska, 101–110. Kraków: WN UPJPII, 2009.
- Filipiak, Marian. *Homo comunicans, wprowadzenie do teorii masowego komunikowania*. Lublin: Wydawnictwo UMCS, 2003.
- Ford, Charles V., Brayan H. King i Marc H. Hollender. „Lies and liars, psychiatric aspects of prevarication.” *The American Journal of Psychiatry* 145, nr 5 (1988), 554–562.
- Gazzaniga, Michael. *I kto tu rządzi – ja czy mój mózg?*. Tłum. Agnieszka Nowak. Sopot: Wyd. Smak Słowa, 2013.
- Griffin, Em. *Podstawy komunikacji społecznej*. Tłum. Olga Kubińska, Magdalena Kacmajor i Wojciech Kubiński. Gdańsk: Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne, 2003.
- Gilbert, Daniel T. „How mental system believe?” *American Psychologists* 46, nr 2 (1991): 107–119.
- Garlak, Jacek R. „Wiarygodność informacji w kontekście komunikatów niewerbalnych.” *Przeгляд Bezpieczeństwa Wewnętrznego* 1, nr 1 (2009): 100–104.
- Haight, Mary R. *A Study of Self-Deception*. Brighton: The Harvester Press, 1980.
- Hofling, Charles K., Eveline Brotzman, Sarah Dalrymple, Nancy Graves i Chester M. Pierce. „An Experimental Study of Nurse-Physician Relationships.” *Journal of Nervous and Mental Disease*, 1966, nr 143: 171–180.
- Hohol, Mateusz. „Zjawisko kłamstwa w perspektywie nauk neurokognitywnych i ewolucyjnych.” *Semina Scientarium*, 2009, nr 8: 91–109.
- Hohol, Mateusz i Piotr Urbańczyk. „Self-Deception. Between Philosophy and Cognitive Neuroscience.” W: *Philosophy in Neuroscience*, red. Jerzy Stelmach, Bartosz Brożek i Łukasz Kurek. Kraków: Copernicus Center Press, 2013.
- O’Sullivan, Maurneen, Paul Ekman, Wallace V. Friesen i Klaus R. Scherer. „Which is more important in judging others: Behavior, channel or situation?” (1988): manuscript in preparation.
- Navaro, Joe, *What everybody is saying*. New York: Harper Collins, 2008.
- Kahneman, Daniel. *Pułapki myślenia. O myśleniu szybkim i wolnym*. Tłum. Piotr Szymczak. Poznań: Media Rodzina, 2012.
- Kaplar, Mary E. *Lying happily ever after: altruistic white lies, positive illusion, and relationship satisfaction*. Rozprawa doktorska. Bowling Green State University 2006.
- Kagle, Jill Doner. „Are we Lying Ourselves about Deception.” *Social Service Review* 72, nr 2, (1998): 234–250.

- Kucharski, Jarosław. *Usprawiedliwione kłamstwo we współczesnej etyce stosowanej*. Kraków: Wydawnictwo WAM, 2014.
- Leary, Mark. *Wywieranie wrażenia na innych. O sztuce autoprezentacji*. Tłum. Anna Kacmajor i Magdalena Kacmajor. Gdańsk: Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne, 1999.
- Międzynarodowa grupa badaczy. „A World of Lies.” *Journal of Cross-Cultural Psychology* 1, nr 37 (2006): 60–74.
- Mitchell, Robert W. „A framework for discussing deception.” W: *Deception on human and non-human deceit*, red. Robert W. Mitchel i Nicolas Thompson, 3–40. Alabany: State University of New York Press, 1986.
- Peas, Barbara i Allan Peas. *The Definitive book of body language*. Buderim: Pease International, 2004.
- Pratkanis, Anthony i Elliot Aronson. *Wiek propagandy*. Tłum. Marcin Szuster i Józef Radzicki. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN, 2004
- Tokarz, Marek. *Argumentacja, perswazja, manipulacja*. Gdańsk: Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne, 2006.
- Smith, David Livingstone. „Natural-born liars.” *Scientific American Mind*, 2005, nr 16: 16–23.
- Suchoń, Wojciech. *Teoretyczne problemy logiki praktycznej*. Kraków: Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, 2008.
- Szymczak, Mieczysław. *Słownik języka polskiego*. Warszawa: PWN, 1978.
- Wiseman, Richard. *Dziwnologia: odkrywanie wielkich prawd w rzeczach małych*. Tłum. Jacek Konieczny. Warszawa: Wydawnictwo W.A.B., 2010.
- Witkowski, Tomasz. *Psychologia kłamstwa*. Taszów: Biblioteka Moderadora, 2006.
- Wojciszke, Bogdan. *Człowiek wśród ludzi. Zarys psychologii społecznej*. Warszawa: Scholar, 2002.
- Wypler, Wojciech. „Aktualne trendy w psychologicznych badaniach nad kłamstwem”. *Profilaktyka społeczna i resocjalizacja*, 2009, t. 14: 161–181.
- Vrij, Aldert. *Wykrywanie kłamstwa i oszukiwania. Psychologia kłamania i konsekwencje dla praktyki zawodowej*. Tłum. Tomasz Sieczkowski. Kraków: Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, 2009.
- Yin, Lijun, Yang Hu, Dennis Dynowski, Jian Li i Bernard Weber. „The Good Lies: Altruistic Goals Modulate Processing of Deception in the Anterior Insula.” *Human Brain Mapping* IV, nr 22 (2017): 3675–3690.

Summary

Significance and functions of lie in the interpersonal communication

Lie is a communication phenomenon. This is the reason why there are many conclusions that are important for a better understanding of the lie itself and the significance it can play in the process of mutual communication. In this work I will try to show how the mutual, feedback

and dynamic connections between particular elements of the communication process, and therefore the sender, recipient and message affect the final – hindering or facilitating – function of a lie in the process of mutual communication

Keywords: lie, interpersonal communication, sender, recipient, message, psychology of lie

Summarised and translated by Mateusz Cichocki

Zusammenfassung

Bedeutung und Funktionen der Lüge in der interpersonalen Kommunikation

Die Lüge ist eine kommunikative Erscheinung an sich. Daraus ergeben sich wesentliche Schlussfolgerungen, die für ein besseres Verständnis der Frage der Lüge und für die Bedeutung, die sie im Prozess der gegenseitigen Kommunikation erfüllen kann, wichtig sind. Im Artikel zeige ich, auf welche Weise gegenseitige, dynamische Querverbindungen zwischen einzelnen Elementen des Kommunikationsprozesses, also zwischen dem Absender, Empfänger und der Mitteilung die endgültige – erschwerende oder erleichternde – Funktion der Lüge im Prozess der gegenseitigen Kommunikation beeinflussen.

Schlüsselworte: Lüge, interpersonale Kommunikation, Absender, Empfänger, Mitteilung, Psychologie der Lüge

Ins Deutsche übersetzt von Anna Pastuszka

Information about Author:

MATEUSZ CICHOCKI, PhD student at the Faculty of Philosophy and Sociology, UMCS, Lublin; address for correspondence: Pl. Marii Curie-Skłodowskiej 4, PL 20–031 Lublin, Poland; e-mail: cich_y@vp.pl

