

Скрябіна В. Б.,

Київський національний лінгвістичний університет, м. Київ

ПОНЯТТЯ «ЩИРІСТЬ»

У статті на основі комунікативної лінгвістики здійснено спробу визначення поняття «щирість». Виокремлено низку лінгвістичних та екстралінгвістичних факторів розпізнавання щирості.

Ключові слова: щирість, успішність мовленнєвого акту, етикетизація спілкування, псевдощирість.

В статье на базе коммуникативной лингвистики осуществлена попытка дать определение понятию «искренность». Выделено ряд лингвистических и экстралингвистических факторов распознавания искренности.

Ключевые слова: искренность, успешность речевого акта, этикетизация общения, псевдоискренность.

The article deals with the notion of sincerity in communicative linguistics. Some linguistic and extra linguistic factors of sincerity recognition have been determined.

Key words: sincerity, felicity condition, ethicization of communication, pseudo sincerity.

Актуальність статті визначається відсутністю комплексних досліджень поняття «щирість» як однієї з умов успішності мовленнєвого акту [6].

Щирість – щиросердна, нелицемірна комунікативна поведінка суб'єкта, що характеризується певною відвертістю, емоційністю і позитивно налаштовує співрозмовника [10] – є перспективним об'єктом дослідження сучасної комунікативної лінгвістики.

Щирість відіграє ключову роль в комунікації. Щирість, чесність, які є ціннісними характеристиками мовної особистості, вважають особистим достоїнством учасників спілкування, їх також визнають умовами успішної комунікації.

В суспільстві існує презумпція правдивості, тобто природна тенденція сприймати партнерів по комунікації як щирих, таких, що говорять правду, дотримуються максими якості. Реалізується ця тенденція завдяки феномену «переконавання в правдивості» (*truthfulness bias*) – тенденції вважати оточуючих правдивими, що є необхідним для існування в цьому світі [11]. Відповідно логічно, що прагматика мовного спілкування не потребує обов'язкової верифікації істинності отриманої інформації.

Етимологічне значення англійського слова *sincere* відображає характерну для поняття щирості сему правдивості. Лексема, запозичена в XVI ст. англійською мовою з французької, походить від латинського *sincerus* – істинний, відвертий, прямий, чистий. За іншою версією, слово походить від латинського *sin-* (один) і *cerus* (рости), що значить «без домішки, чистий». Існує також думка, згідно з якою, лексема *sincere* (від латинського *sine-* (без) і *cera* (воск)) з'явилася в часи Римської імперії, коли грецькі скульптори намагалися приховати недоліки своїх творів за допомогою воску. Таким чином, скульптури без воску були зразком абсолютної чесності, або щирості.

Процес комунікації передбачає відвертість між співрозмовниками, що логічно виключає не тільки очевидну брехню, але і всі інші види обману [5]. Проте дослідження, присвячені проблемам істинності / щирості комунікації [1; 4] переконливо доводять факт комунікативної обумовленості щирості висловлювання, підпорядкованості його прагматичним параметрам інтеракції. Так, думки різних мовних особистостей стосовно однієї й тієї ж події чи факту рідко збігаються повністю. Кожен з нас вважає істинним тільки власний погляд, власне сприйняття і розуміння, власну інтерпретацію дійсності. Окрім того, в реальному спілкуванні об'єктивна істина найчастіше виявляється недоречною, нерелевантною, не відповідає конкретним цілям мовця. «Істина живе в постійній боротьбі... Її ворог не тільки прагматика земного буття, а й прагматика повсякденного спілкування між людьми» [2, с. 21]. Особливо це проявляється в тих ситуаціях, коли доводиться повідомляти неприємну для адресата інформацію, критикувати співрозмовника. У таких випадках перед адресантом постає дилема – бути об'єктивним і вірним істині чи пожертвувати останньою заради збереження хороших стосунків з партнером по спілкуванню. Істина, як об'єктивний абсолют утворює дихотомію зі щирістю, цілеустановкою мовця говорити правду. Тому пропонуючи свою оцінку певного явища чи факту, пов'язаного з адресатом, мовець має враховувати не стільки істинність своїх оцінок, скільки реакцію співрозмовника на спосіб їх вербалізації.

Комунікативні цілі мовця не завжди утворюють єдиний вектор спілкування, іноді конкурують між собою і навіть вступають в опозицію [7]. Так, наприклад, найбільш часто зустрічається конфлікт між прагненням до щирості (бажанням бути чесним) і стратегією самопрезентації (бажанням справити хороше враження) [7].

Окрім того, існує постійне протиріччя між щирістю та куртуазністю, правдивістю і тактом. З одного боку, відповідно до максими якості, необхідно говорити правду, з іншого, згідно з вимогами ввічливості і такту, треба дбайливо ставитися до почуттів співрозмовника. У такому випадку зазвичай перемагає останнє: краще бути нещирим, аніж неввічливим [8, с. 167].

Етикетизація, як одна з форм нормування мовного спілкування «заснована на виборі комунікативної істини, що є більш приємною для співрозмовника» [9, с. 87]. Плануючи мовний контакт адресант обмежений етичними, соціальними та іншими нормами комунікативної взаємодії. При цьому етикетні форми спілкування, коли щирість конвенціоналізується, поступаючись місцем ввічливості, не є ознакою щирості, а лише зовнішньою демонстрацією соціально схвалюваної псевдощирості. Наприклад:

*Louisa crept up the stairs, up and up to where Kate was waiting.
'I'm so glad you came.'*

'I'm glad you let me in' (Bates, p. 481).

У наведеному фрагменті дві жінки-суперниці вживають конвенційні фрази-кліше не для того, щоб висловити радість від зустрічі одна з одною, а щоб зберегти свій комунікативний імідж.

Таким чином, в лінгвістиці постає проблема розпізнавання щирості (*recognition of sincerity*), яку, на думку А. М. Баранова, важко визначити за допомогою лінгвістичних методів, і яку можна перевірити лише враховуючи екстралінгвістичні фактори [3, с. 445-446].

Щирість висловлень рідко експліцитно підкреслюється у спілкуванні, натомість яскраво виражена мовна емфаза викликає недовіру у співрозмовника.

Маркерами щирості у мовленні, відповідно до досліджень зарубіжних лінгвістів, можуть виступати службові слова (артиклі, частки, займенники, прийменники) [12]. Наприклад, щирі мовці частіше використовують особові займенники *I, me, you* тощо.

'I've just driven halfway across London, to pick you up from a party of people I've never met before, to be told that you've already left. Which is, of course, frustrating and humiliating for me – but I don't really mind because I love you and I know that you're overworked and distracted' (Bates, p. 493).

Про щирість персонажа у наведеному вище фрагменті свідчить наявність у мовленні оцінних (*frustrating, humiliating, etc.*) і епістемних слів (*mind, know, etc.*). Оскільки, на думку науковців, нещирість вимагає більшої розумової напруги і таким чином мовець не здатний формулювати складні оцінні висловлення [12].

Окрім того, щирість легко розпізнати в супрасегментних компонентах мовлення: в інтонації, тоні голосу, а також в невербальній поведінці, наприклад, в жестах [3]. Зокрема щирий мовець підтримує невимушений, тривалий і спокійний зоровий контакт зі співрозмовником, спокійно витримує його допитливий погляд, може притискати руки до серця [10].

'Kate, listen to me, will you? I don't know you very well. I've got no idea if this is going to work, or if it will be a disaster – but I think we'd be mad not to try. Don't you?'

And he'd meant it. Catching the sincerity in his tone, and finding it impossible to reject, Kate had turned to him (Bates, p. 197).

Мовленнєві характеристики персонажів художніх творів можуть включати лексичні ознаки щирості: авторські ремарки, авторську експлікацію внутрішнього мовлення персонажів.

Отже, щирість як основа успішної комунікативної взаємодії – комплексне поняття, обумовлене прагматикою ситуації інтеракції. Проблема розпізнавання щирості може бути викликана етикетизацією спілкування, використанням соціально схвалюваних штампів-кліше. Вираження та розпізнавання щирості залежить від різноманітних лінгвістичних та екстралінгвістичних факторів.

Література:

1. Арутюнова Н. Д. Истина: фон и коннотация / Н. Д. Арутюнова // Логический анализ языка. Культурные концепты. – М. : Наука, 1991. – С. 21-30.
2. Арутюнова Н. Д. Язык и мир человека / Н. Д. Арутюнова. – М. : «Языки русской культуры», 1999. – 896 с.
3. Баранов А. Н. Лингвистическая экспертиза текста : теория и практика : учеб. пособие / А. Н. Баранов. – М. : Флинта : Наука, 2007. – 592 с.
4. Блакар Р. Язык как инструмент социальной власти / Р. Блакар // Язык и моделирование социального взаимодействия / общ. ред. В. В. Петрова. – М. : Прогресс, 1987. – С. 88-125.
5. Болинджер Д. Истина – проблема лингвистическая / Д. Болинджер // Язык и моделирование социального взаимодействия. – М. : Прогресс, 1987. – С. 3-43.
6. Грайс Г. П. Логика и речевое общение / Г. П. Грайс // Новое в зарубежной лингвистике. – Вып. 16. – М. : Прогресс, 1985. – С. 222.
7. Иссерс О. С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи / О. С. Иссерс. – М. : КомКнига, 2006. – 288 с.
8. Кита М. Невыразимое, невыражаемое и невыраженное для носителя языка / М. Кита // Прямая и непрямая коммуникация : сб. науч. ст. – Саратов : Изд-во ГосУНЦ «Колледж», 2003. – С. 159-177.
9. Почепцов О. Г. Основы прагматического описания предложения / Почепцов О. Г. – К. : Вища школа, 1986. – 116 с.
10. Романова Н. Н. Словарь. Культура речевого общения : этика, прагматика, психология / Романова Н. Н., Филиппов А. В. – М. : Наука, 2010. – 304 с.
11. Dillingham C. R. Deception in Interrogations. Part IV : Who's Fooling Whom? [Електроний ресурс] / C. R. Dillingham – Режим доступу : <http://totcon.com/users/dylanger>.
12. Matthew L. Lying Words : Predicting Deception From Linguistic Styles / Matthew L. & al. // Personality and Social Psychology Bulletin. – Vol. 29. – No. 5, 2003. – P. 665-675.

Джерела ілюстративного матеріалу:

13. Bates S. Charmed Lives / S. Bates. – L. : Arrow Books, 2001. – 519 p.