

<https://doi.org/10.31470/2706-7904-2021-16-218-221>

ПЕРЕКОНЛИВІ ТВЕРДЖЕННЯ ЯК ІНДИКАТОРИ БРЕХНІ

Persuasive Statements as Indicators of Deception

Liliia Monastyrova

Associate Professor

National Academy of National Guard of Ukraine

monastyrova.lilia@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0002-4973-7308>

Abstract

The article exposes the essence of the concept of Deception and Persuasive Statements. It is given reasons why Persuasive Statements are the most essential indicators of deception. To detect deception, it is necessary to take into consideration both verbal (failure to answer, denial problems, repeating questions, non-answer statements, inconsistent statements, going into attack mode, inappropriate questions, overly specific answers, inappropriate level of politeness, inappropriate level of concern, selective memory, etc.) and non-verbal (behavior pause or delay, verbal-non-verbal disconnect, hiding the mouth or eyes, grooming gestures etc.) signs of deception. According to the results of observation there are three major factors to make persuasive statements more effective: logics (when the liar appeals to the reasonable facts and arguments in a logical order), emotions (when the liar appeals to the listener's emotions) and common belief that people will not lie you.

Key words: *Persuasive Statements, deception, verbal and non-verbal signs of deception, logic, emotions.*

Вступ

Introduction

Вивчення проблем мовної комунікації, яке почалося ще у ХХ столітті і активно продовжується у ХХІ, привернуло значний інтерес до осмислення механізмів функціонування мови як засобу встановлення і підтримання контактів між людьми та досягнення поставлених цілей (Ревуцкая, 2021).

Неможливо уявити жодну сферу людського життя без брехні. Брехня супроводжує людство майже в усіх сучасних комунікативних процесах – політика, реклама, ЗМІ, міжособистісне спілкування, тощо. Варто зазначити, що проблема вивчення брехні міждисциплінарна. Брехню дослідники розглядають у філософії,

логіці, етиці, соціології, психології, лінгвістиці, політології, юридичних науках та в інших сферах знань. Як сказав Пол Екман, один з найвідоміших дослідників у сфері психології брехні: «Брехня є настільки природньою, що її відразу ж можна віднести майже до всіх сфер людської діяльності» (Екман, 2007:10).

Методи та методики дослідження *Methods and Techniques of the Research*

Для вирішення поставлених завдань було використано емпірично-теоретичні методи дослідження, зорієнтовані на аналіз, узагальнення і опис переконливих тверджень, як індикаторів брехні.

Результати *Results*

Брехня вже давно стала незмінним атрибутом спілкування людини у суспільстві, саме тому інтерес до феномену брехні не стухає. Проблема розпізнання індикаторів брехні заслуговує на особливу увагу, тому що від інформації, яку отримують люди, залежать рішення, які вони приймають, їх дії, а також поведінка як в професійній, так і в особистій сферах життя. Актуальність зумовлена тим, що знання вербальних і невербальних маркерів брехні та способів їх нейтралізації є важливою складовою для успішної професійної діяльності, людських відносин взагалі, а також допоможе протидіяти маніпулюванню з боку людини, яка бреше.

О. Фрай виділяє наступні способи виявлення брехні:

- (1) спостереження за невербальною поведінкою;
- (2) аналіз змісту висловлювань;
- (3) дослідження фізіологічних реакцій (Фрай, 2006).

У визначенні маркерів брехні, запропоновані Ф. Г'юстоном наявні **вербальні маркери брехні** (брак відповіді; проблеми із запереченням; нездатність або відмова відповісти; повтор запитання; твердження, але не відповіді; непослідовні свідчення; перехід у режим атаки; недоречні запитання; надмірно конкретизована відповідь; недоречний рівень увічливості; недоречний рівень занепокоєння; нарікання на процес чи процедуру; нерозуміння простого запитання; твердження-посилання; апелювання до релігії; вибіркова пам'ять; фрази-визначники та переконливі твердження), **невербальні маркери брехні** (поведінкова пауза або затримка; вербально-невербальна невідповідність; ховання рота чи очей; прочищення горла чи ковтання слини; активність рук на обличчі; рух якірних точок і грумінгові жести) та

перешкоди у виявленні брехні (переконання, що вам збрешуть; поведінкові міфи; труднощі в комунікації; наші непозбувані упередження та «глобальний вплив») (Г'юстон, 2019).

Багато людей схильні довіряти словам інших, особливо, якщо людина, яка обманює, не проявляє жодного невербального маркеру брехні. Набагато ефективніше вигадати щось, ніж апелювати до реальних фактів. Якщо людині ставлять запитання, на яке вона не може відповісти фактами, бо факти не на її боці, то на думку Ф. Г'юстона, скоріш за все, «людина відповість саме переконливими твердженнями, бо головна мета таких тверджень – переконати в чомусь того, хто ставить запитання, а не передати правдиву інформацію» (Г'юстон, 2019: 74). Брехня може бути ще ефективнішою, якщо людина, яка бреше, спроможна апелювати до емоцій інших та аналізувати невербальні маркери брехні, таким чином, щоб уміти маніпулювати ситуацією.

Найчастіше в переконливих твердженнях людина, яка обманює, апелює до різних емоцій слухача (здоровий глузд, пристрасть, чесність, сімейні цінності, справедливість, ностальгія, патріотизм або симпатія). Наприклад: *Мою чесність ніхто і ніколи не ставив під сумнів* (чесність); *Я від природи не схильна до таких дій* (здоровий глузд); *Я тебе люблю, і ніколи не зміг би зробити нічого, що зашкодило б тобі!* (симпатія). Емоції не обов'язково мають бути чесними чи оманливими. Проте, емоція передає переконання, а непорядні і нечесні люди використовують їх для посилення власної брехні.

Варто зазначити, що для переконливих тверджень властиві логічність, саме тому їх іноді досить складно зауважити, бо більшість людей відповіли б так само. Наприклад: 1) *Я нізащо не поставив би під загрозу свою роботу;* 2) *Ви мене звинувачуєте лише тому, що Степан мій друг.* 3) *Я двадцять років роблю свою справу, і мені вже скоро на пенсію. Чому б я ризикував своєю пенсією заради якоїсь дурнуватої прикраси?*

Єдина відмінність полягає у тому, що більшість людей зазвичай висловлюють 1-2 переконливих твердження, на відміну від людини, яка обманює. Остання, скоріш за все висловить низку переконливих тверджень, бо немає вибору.

Необхідно зазначити, що для переконливих тверджень характерні риторичні питання. Наприклад: (1) *Невже такої долі ми бажаємо своїм дітям?;* (2) *Чому б я робив щось, що шкодить моїй родині?*

Усе це свідчить про те, що переконливі твердження – дуже потужний інструмент брехні. Кожне переконливе твердження слід розглядати як окремий індикатор обману, а низку переконливих тверджень все становитимуть кластер.

Висновки *Conclusions*

Відтак, можна впевнено стверджувати, що переконливі твердження є однією з наймогутніших форм брехні, а саме, маніпулятивної брехні. Дослідження показало, що надзвичайної ефективності переконливі твердження набувають завдяки наявності наступних складових: логіка, емоції та стійке переконання в тому, що вам не збрешуть.

Література *References*

- Г'юстон, Ф., Флорйд, М., Карнісеро, С., & Теннант, Д. (2019). *Анатомія брехні: колишні офіцери ЦРУ навчать вас виявляти обман*. Харків: видавництво «Віват».
- Экман, П. (2007). *Психология лжи*. Санкт-Петербург: Издательство «Питер».
- Ревуцька, С.М., Пархоменко, К.Ю., Молчанюк, О.В., & Пальчик, О.О. (2021) Напрями дослідження комунікації у професійному вимірі. *Вісник ЛНУ ім. Т. Шевченка*, 1(339), 209-220. [https://doi.org/10.12958/2227-2844-2021-1\(339\)-1-209-220](https://doi.org/10.12958/2227-2844-2021-1(339)-1-209-220)
- Фрай, О. (2006) *Ложь. Три способа выявления. Как читать мысли лжеца. Как обмануть детектор лжи*. Санкт-Петербург: Издательство «Прайм-Еврознак».
- Virtualspeech. *Persuasive Speech Outline, with Examples*.
<https://virtualspeech.com/blog/persuasive-speech-outline-structure-delivery>