

Научная статья

УДК 316.47

DOI: 10.35854/2219-6242-2022-4-408-416

Анализ вариативности проявления лжи в социальных взаимодействиях

Елена Алексеевна Карпова¹, Татьяна Геннадьевна Кукулите²✉

¹ Национальный исследовательский университет ИТМО, Санкт-Петербург, Россия

² Санкт-Петербургский университет технологий управления и экономики,
Санкт-Петербург, Россия

¹ dr.karpova@mail.ru

² kukulitetg@mail.ru✉

Аннотация. В статье представлен анализ концепций проявления лжи в различных социальных взаимодействиях. Рассмотрены концепции И. Гофмана, С. МакКорнака, Б. де Пауло, П. Экмана, О. Фрая, В. В. Знакова и других. Обозначены причины, особенности, аспекты и условия возникновения лжи, обусловленного воздействием окружающего социального контекста. Особое внимание уделено определению видов лжи. Подчеркнуты основные факторы, влияющие на формирование ее различных видов. Акцентировано внимание на результатах отношения ко лжи участников деловых коммуникаций. Сделаны выводы о вариативности ее проявления.

Ключевые слова: социальное взаимодействие, ложь, коммуникативная активность, личность, информация, ситуативный подход

Для цитирования: Карпова Е. А., Кукулите Т. Г. Анализ вариативности проявления лжи в социальных взаимодействиях // Социология и право. 2022. Т. 14. № 4. С. 408–416. <https://doi.org/10.35854/2219-6242-2022-4-408-416>

Original article

Analysis of the variability of the manifestation of lies in social interactions

Elena A. Karpova¹, Tat'yana G. Kukulite²✉

¹ ITMO University, St. Petersburg, Russia

² St. Petersburg University of Management Technologies and Economics,
St. Petersburg, Russia

¹ dr.karpova@mail.ru

² kukulitetg@mail.ru✉

Abstract. The article presents an analysis of the concepts of the manifestation of lies in various social interactions. The concepts of E. Goffman, C. McCornack, B. De Paulo, P. Ekman, O. Fry, V. V. Znakov and others. The reasons, features, aspects and conditions for the occurrence of lies are indicated. It is shown that the occurrence of lies is due to the influence of the surrounding social context. Particular attention is paid to the definition of types of lies. The main factors influencing the formation of various types of lies are emphasized. Attention is focused on the results of the attitude towards lies of participants in business communications. Conclusions are drawn about the variability of the manifestation of lies.

Keywords: social interaction, lie, communicative activity, personality, information, situational approach

For citation: Karpova E. A., Kukulite T. G. Analysis of the variability of the manifestation of lies in social interactions. *Sociology and Law. 2022;14(4):408-416.* (In Russ.). <https://doi.org/10.35854/2219-6242-2022-4-408-416>

Введение

Зарубежные и российские ученые в области социальных отношений неоднократно обращались к проблеме лжи, обмана и неправды. Однако в последнее десятилетие интерес к этой проблеме проявился с необыкновенной активностью. Конечно, в разное время С. Аш, Э. Берн, Э. МакКорнак, Б. де Пауло, В. Сатир, Э. Шостром, П. Экман, Е. Л. Доценко, В. В. Знаков, А. Р. Лурия, Ф. А. Селиванов, В. П. Шейнов и другие ученые внесли значительный вклад в нахождение детерминант этого феномена. В их исследованиях проблема лжи рассмотрена с различных точек зрения, учитывающих своеобразие ее проявления. Указаны причины, особенности, аспекты и условия возникновения лжи. Рассмотрена взаимосвязь лжи с понятиями, близкими по смыслу.

Вопросы проявления лжи и обмана сегодня находятся в центре внимания не только ученых, но и специалистов различных областей бизнеса. Большинство из них утверждают, что ложь давно стала неотъемлемой частью повседневной жизни. Ложь и обман в профессиональной деятельности выступают одной из форм проявления социально-экономических противоречий, выражают различные приемы конкуренции, всевозможные способы достижения личных интересов за счет других.

Безусловно, современная ситуация обозначила вновь актуальность этой проблематики. Стало необходимым возвратиться к систематизации накопленного материала и нахождению новых подходов к исследованию этого социального конструкта. Цель настоящей статьи — рассмотреть феномен «ложь» в рамках деятельностного аспекта, систематизировать точки зрения относительно данного феномена и продемонстрировать его вариативность.

Традиционно ложь определяют как неблагоприятную коммуникацию, которая вводит в заблуждение, а иногда и наносит ощутимый информационный ущерб получателю сообщения. В одном из своих определений П. Экман, исследуя феномен лжи, сосредоточил внимание именно на данном аспекте. Ложь, по мнению Экмана, — «намеренное решение ввести в заблуждение человека, которому адресована эта информация, при этом этот человек даже не догадывается о том, что его обманули» [1].

Более глубокое изучение этого сложного конструкта вводит нас в неоднозначное понимание лжи. Формируя семантическое поле лжи, ученые обращают внимание и на ее синонимы: обман, неправда, заблуждение, хитрость, вымысел, неточность, вранье, сочинительство, вздор. В равной степени в отечественной и зарубежной культуре прослеживается различное понимание допустимости и восприятия лжи. Сложность конструкта обусловлена и тем, что ложь имеет размытые границы и разные основания для проявления. Ряд ученых раскрывают феномен лжи через осознанную деятельность, обусловленную реальной действительностью. Ложь в этом случае понимается как результат когнитивных процессов или как фон принятия решений, особенно при взаимодействии с остальными людьми. Важно в каждой ситуации анализировать истинные мотивы и особенности проявления лжи. Истоки формирования представлений о лжи уходят своими корнями в изучение личностных особенностей в процессе взаимодействия с другими.

Методы и материалы

Методологическим основанием исследования выступила концепция представления личности другим И. Гофмана, а также работы В. В. Знакова, Д. И. Дубровского и И. П. Шкуратовой, рассматривающие данный конструкт как коммуникативную активность личности, связанную с широкими и сложными процессами по преобразованию ситуации взаимодействия с другими людьми. При изучении состояния исследуемой проблемы применялся теоретический анализ, синтез, авторская интерпретация социологической и психологической литературы по теме, а также обобщение эмпирических и статистических данных.

Исследование отношения респондентов к проблеме лжи выполнено с помощью методики И. П. Шкуратовой «Виды лжи», включающий в себя семь шкал [2]. Интерпретация основных шкал методики представлена в таблице 1. Респонденту следует оценить, насколько его поведение соответствует представленным утверждениям. В результате опроса можно выявить склонность к сформированным видам лжи, отраженным в таблице 1.

Таблица 1

Виды лжи

№	Вид	Характеристика
1	Этикетная ложь	Данный вид лжи часто встречается в организационном и деловом взаимодействии людей. Основанием ее проявления являются правила и нормы поведения, благодаря которым возможно поддерживать позитивные отношения
2	Ложь во благо	Это — осознанный выбор человека. В большинстве случаев выбирающий данный вид лжи убежден, что правдивая информация может быть негативно воспринята и нанести значительный вред другому лицу
3	Ложь-фантазия	Проявление данного вида лжи обусловлено стремлением привлечь к себе внимание и продемонстрировать свою оригинальность, необычность, уникальность. Характерно для демонстративных личностей
4	Ложь-оправдание	Распространенный вид лжи, который обусловлен действием защитных механизмов личности. Главная цель — оправдание действий для смягчения напряженной ситуации, вызванной невыполнением своих обязательств
5	Ложь-умолчание	Искажение информации осуществляется за счет ее недостаточности. Основная проблема данного вида коммуникации заключается в том, что, скрывая подробности, можно существенно изменить восприятие ситуации в целом
6	Ложь-сплетня	Представляет собой распространенный вид лжи. Источником является плохо проверенная, неточная, искаженная информация о других людях
7	Ложь-самопрезентация	Главная цель — создание своего идеального образа. Применяется часто в отношении малознакомых или незнакомых людей, которым неизвестны обстоятельства реальной жизни человека

Обсуждение

Размышляя о проблемах истины, Ж. Лакан писал о том, что речь по своей сути является двусмысленной [3]. Б. де Пауло и коллеги аргументированно показали, что ложь — это распространенный в повсеместной жизни коммуникативный феномен. Его проявление возможно в различных ситуациях, каждая из которых демонстрирует разнообразные тактики лжи [4].

Несомненный интерес представляет позиция Дж. Л. Васконселлоса и его коллег, которые отмечают, что рост лжи как просоциального действия тесно связан с невероятно широкими и сложными коммуникативными навыками человека [5]. Работая над темой манипулятивного поведения, В. В. Знаков формулирует «пластичное» определение лжи: «Ложь является умышленным сообщением фактов, которые не соответствуют действительности» [6].

Возможность понимания лжи как социального конструкта прослеживается и в различных личностных теориях. Так, Дж. Мид указывает на то, что в процессе функционирования личность может задействовать механизм интериоризации, который предполагает принятие (на себя) ролей (*role-taking*). Делая выводы, Мид констатирует: «Индивид выступает в ролях других людей, и в каждой воображаемой ситуации как бы разыгрывает определенную роль перед воображаемой аудиторией. Шаг за шагом он обдумывает, как будут те или иные зрители реагировать на его исполнение, и в зависимости от ожидаемой реакции выбирает будущую линию поведения» [7].

Этот подход разделяет и развивает И. Гофман. Автор подчеркивает, что, если человек оказывается в обществе других людей, у него обычно возникает потребность произвести такое впечатление на других людей, которое принесет ему дивиденды. Репертуар реагирования складывается следующим образом: расчетливость, но слабое осознание; осознанное взаимодействие, вызванное его статусом или традициями группы. В дополнение к этому Гофман высказывает предположение о том, что время от времени традиции одной из ролей позволяют индивиду создавать убедительное впечатление определенного рода [8].

Исследуя этот вопрос, О. Фрай пишет, что причины лжи глубоко социальны, и человек прибегает к этому конструкту с целью желания произвести впечатление на других, защитить себя от неодобрения и неловкости, получить преимущество либо избежать наказания [9]. Ложь в понимании Л. М. Мартыановой описана как оценочное суждение, которое свойственно любому человеку. Одно и то же событие люди могут оценивать по-разному, исходя из окружающего контекста [10].

В дополнение обратим внимание еще на одну точку зрения. Д. И. Дубровский пишет, что следует различать ложь как действие и ложь как результат, то есть действие, достигшее своей цели [11]. По его мнению, ложь может быть и экзистенциально приемлемой, благоприятной, признанием которой позволяет более реалистично отображать и понимать природу человека.

Прояснить сущность понятия лжи позволяет ее систематизация. В процессе онтогенеза человек освоил разные виды лжи. В настоящей статье рассмотрим только те, из них, которые имеют наибольшую значимость. Одной из наиболее известных является классификация, в которой фигурируют два вида лжи. Как правило — явная ложь, которая конкретизируется как информация, отличная или диаметрально противоположная истине, и преувеличение — транслируемая информация превосходит достоверные данные. В отечественных исследованиях при классификации лжи учитывают три главных условия:

- фактическая истинность сообщения — ложность утверждения;
- убежденность говорящего в истинности или ложности сообщения;
- наличие или отсутствие намерения ввести в заблуждение другого.

Но особый интерес представляет анализ причин, вызывающих ложь. Определяя две формы лжи, П. Экман показывает их следующим образом:

1. Умолчание, если человек не сообщает полную информацию, но и не дополняет сообщение ложной информацией.

2. Искажение, если человек не только скрывает правду, но и предоставляет ложную информацию, которую заявляет как правдивую, истинную, реалистичную [12].

Вместе с тем О. Фрай акцентирует внимание на ключевых причинах лжи [13]. Классификация причин, которые вызывают ложь, представлена в таблице 2.

Таблица 2

Классификация причин, вызывающих ложь

№	Причина	Мотивы
1	Защита от неловкости/стыда	Стремление к уверенности и убежденности в своей самодостаточности
2	Личное преимущество	Стремление получить дополнительные ресурсы, как информационные, так и материальные. Стремление к лидерству
3	Избегание наказания/ страданий	Стремление к спокойной, легкой жизни, избегание личных переживаний, гедонизм
4	Сохранение социальных и межличностных отношений	Потребность в социальных связях, которая обусловлена стремлением к сохранению коллективных форм взаимодействия и непосредственного участия в них
5	Спасение других / стремление представить себя в более выгодном свете	Данный мотив связан с осознанной или неосознанной формой представить себя в наилучшем положении

Основным предметом изучения деловых коммуникаций С. МакКорнака является ложь, связанная с передачей информации [14]. По мнению исследователя, целесообразно ее объединить в пять категорий:

1. Осознанное манипулирование количеством передаваемой информации/данных.
2. Передача двусмысленной, размытой информации/данных;
3. Умолчание — сокрытие правды/информации.
4. Искажение — сообщение ложной информации, также фальсификация данных.
5. Диверсионный ответ, то есть перенаправление взаимодействия или сообщение неуместной информации.

В заключение приведем интересный вывод по поводу проявления лжи в социальном контексте. В частности, Д. Реттингер и Я. Крамер пишут: «Вера в то, что успехи или неудачи находятся вне чьего-либо контроля, может привести к развитию личностной лживости». И далее: «Лжецы склонны считать свое поведение приемлемым, когда они могут описать его как вызванное внешними силами, а не их собственной нечестностью» [15].

Результаты

Дополним наш теоретический анализ лжи аналитическими данными и результатами социологических исследований последних лет. Наибольший интерес

для нас представляет сфера профессиональных взаимоотношений. Область профессиональных отношений представлена данными компании интернет-рекрутмента *HeadHunter*. Служба исследований данной компании выявила, что приблизительно 87 % работодателей хотя бы раз в своей практике встречались с ложью в резюме. Часто с этой проблемой сталкивались 27 % респондентов. Иногда такая проблема возникала у 53 % работодателей. Только 20 % опрошенных сообщили, что редко и очень редко сталкивались с лживым поведением кандидатов [16].

Лидируют в этом списке ситуации, когда кандидаты приписывают себе более высокий уровень компетенции, не указывают организации, в которых произошли конфликтные ситуации и прибавляют себе стаж работы, необходимый в контексте желаемой вакансии. Соответствующие данные находят отражение на рисунке 1.



Рис. 1. Причины лжи в резюме, %

Как относятся к такой ситуации специалисты по персоналу? Приведем данные еще одного исследования. Значительная часть работодателей, а именно — 69 %, непримиримы к обману и считают, что ложь в резюме является поводом отказать кандидату в приеме на работу. Возможно, к этой группе работодателей примкнет еще 21 % респондентов, которые выбрали ответ «скорее всего, да». Всего лишь 10 % сомневаются: респонденты выбрали ответ «скорее, нет».

Аналогичное исследование проведено и специалистами сервиса «Rabota.ru». Ничего не скрывают и не придумывают в своих резюме 85 % респондентов; 15 % опрошенных признались, что преувеличены лишь некоторые пункты; 6 % респондентов намеренно завышали опыт работы; 5 % указывали неправду о владении некоторыми навыками; 4 % вводили в заблуждение относительно знаний иностранных языков [17].

Исследуя ложь, можно констатировать, что она является средством, благодаря которому человек формирует определенный образ, помогающий ему получить доступ к желаемым ресурсам. Речь может идти и о выполнении норм и правил, приписанных соответствующей социальной роли, для получения вознаграждения со стороны заинтересованных лиц. В случае диссонанса, возникающего между личностными интересами, ценностями, мотивами и требованиями социальной роли, также могут появиться обращения к лживым утверждениям.

Далее рассмотрим результаты нашего исследования, проведенного в 2021 г. В качестве респондентов выступили девушки и молодые люди 20–25 лет. Выборка составила 60 человек. Данные представлены на рисунке 2.

Как видно на рисунке 2, преобладает этикетная ложь (72,2 %). Это — типичная ситуация. Большинство людей, как правило, демонстрируют, что следуют

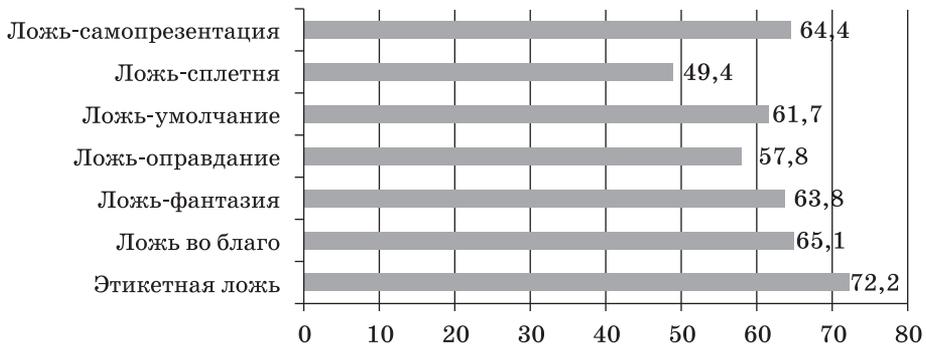


Рис. 2. Показатели значимости лжи, %

общепринятым правилам. Однако, если посмотреть на эту ситуацию более фундаментально, то выяснится, что респонденты часто скрывают свои истинные желания, интересы и намерения. Второе место по значимости занимает ложь во благо (65,1 %). Используя данный вид лжи, человек мотивирован на сокрытие негативной или неблагоприятной информации для другого. Можно даже предположить, что такой категории респондентов свойственно бережное отношение к другим людям.

Ложь-самопрезентация (64,4 %) и фантазии (63,8 %) приблизительно равны по значению, но не вполне равны по смыслу. Ложь-самопрезентация в большей мере направлена на создание определенного позитивного впечатления о человеке. Во втором случае преследуется аналогичная цель, но она усиливается стремлением человека к самоутверждению в различных ситуациях. Для этого он придумывает неправдоподобные истории своего успеха. Следует отметить, что несколько слабее выражена ложь-сплетня (49,4 %), а также ложь в качестве оправдания (57,8 %).

В целом подобные данные находят свое отражение и в исследовании Ю. С. Смирновой [18], но значимость показателей несколько различна. В данном случае объектом исследования выступили респонденты в период раннего взросления, который предполагает направленность на решение проблем более широкого спектра в профессиональной занятости. Если в нашем случае этикетная ложь занимает первое место, то для респондентов в период ранней взрослости она смещается на второе место и имеет показатели в 80 % для мужчин и 75 % для женщин. Лидером становится ложь во благо. Для мужской аудитории характерен показатель 84 %, для женской — 79 %.

С возрастом теряет актуальность ложь-сплетня. В данном случае она выражена следующими показателями: 31 % — мужчины, 40 % — женщины. Согласно полученным данным, мужчины предпочитают утаивать некоторую информацию (78 %). В свою очередь, женская аудитория прибегает ко лжи-самопрезентации (62 %). Аналогичные данные представлены и в нашей выборке. Наиболее лояльно респонденты относятся к этикетной лжи (37 % и 30 %) и лжи-самопрезентации (41 % и 34 %).

Выводы

Анализируя теории, прямо или косвенно связанные с феноменом лжи, можно утверждать, что в большинстве случаев исследователи ссылаются на влияние социальной среды, которая оказывает решающее влияние на человека в аспекте

принятия им решения о создании ложного послания о себе. Можно предположить, что социальная среда воспринимается человеком как некая угроза, является источником негатива и неприятием другого. Чтобы «вписаться», адаптироваться, сформировать желаемые социальные связи, человек вынужден прибегать к идеализации своего «я» в социуме.

На основе проведенного исследования установлено, что в процессе взаимоотношений с другими большинство респондентов прибегают к этикетной лжи, являющейся наиболее распространенным видом лжи. Аналогичные исследования данной области знания подтверждают наши результаты. В таком случае возникает вопрос: «Всегда ли нормы и правила, принятые в обществе, могут быть позитивно приняты всеми участниками взаимодействия?». Это говорит о практической значимости дальнейшего изучения проблемы с привлечением других социально значимых конструктов.

Итак, ложь нельзя считать самым надежным механизмом для формирования и развития деловых, профессиональных и социальных коммуникаций. Однако хочется обратить внимание на сложную природу и широкое семантическое поле лжи, исследование которого может актуализировать на первый взгляд невидимые аспекты возникновения данного феномена. Более глубокое проникновение в суть проблемы в каждом случае, нахождение новых детерминант ее проявления позволит осознать больше перспектив в направлении минимизации лживого поведения.

Список источников

1. *Экман П.* Психология лжи. Обмани меня, если сможешь. СПб.: Питер, 2020. 480 с.
2. *Шкуратова И. П., Крикало Е. Л.* Отношение студентов к разным видам своей и чужой лжи // Психологический журнал. 2015. № 28. С. 118–129.
3. *Лакан Ж.* Функция и поле речи и языка в психоанализе. М.: Гнозис, 1995. 100 с.
4. *De Paulo B. M., Kashy D. A., Kirkendol S. E., Wyer M. M., Epstein J. A.* Lying in everyday life // Journal of Personality and Social Psychology. 1996. Vol. 70. P. 979–995.
5. *Vasconcellos S. J. L., Rizzatti M., Barbosa T. P., Schmitz B. S., Coelho V. C. N., Machado A.* Understanding Lies Based on Evolutionary Psychology: A Critical Review // Trends in Psychology. 2019. Vol. 27. No. 1. P. 141–153. DOI: 10.9788/TP2019.1-11
6. *Знаков В. В.* Макиавеллизм, манипулятивное поведение и взаимопонимание в межличностном общении // Вопросы психологии. 2002. № 6. С. 22–53.
7. *Мид Дж. Г.* Интернализированные другие и самость // Американская социологическая мысль. М.: Изд-во МГУ, 1994. С. 224–227.
8. *Гофман И.* Представление себя другим в повседневной жизни. СПб.: Питер, 2021. 304 с.
9. *Фрай О.* Детекция лжи и обмана. СПб.: Прайм-Еврознак, 2005. 314 с.
10. *Мартыанова Л. М., Елизарова Ю. В.* Лжец: отклонить. М.: Концептуал, 2019. 201 с.
11. *Дубровский Д. И.* Обман. Философско-психологический анализ. М.: Канон, 2010. 326 с.
12. *Ekman P.* Deception, Lying and Demeanor // States of Mind: American and Post-Soviet Perspectives on Contemporary Issues in Psychology. New York, Oxford: Oxford University Press, 1997. P. 93–105.
13. *Фрай О.* Ложь. Три способа выявления. Как читать мысли лжеца, как обмануть детектор лжи / пер. с англ. СПб.: Прайм-ЕВРОЗНАК, 2006. 284 с.
14. *McCornack S.* Information manipulation theory // Communication Monographs. 1992. Vol. 59. P. 1–16.
15. *Rettinger D. A., Kramer Y.* Situational and personal causes of student cheating // Research in higher education. 2009. Vol. 50. No. 3. P. 293–313.
16. О чем чаще всего лгут в резюме и как это обнаруживается // HeadHunter. 2019. 18 ноября. URL: <https://spb.hh.ru/article/25757> (дата обращения: 10.08.2022).

17. Курганова Ю. Стало известно, о чем врут россияне в резюме при устройстве на работу // *Вечерняя Москва*. 2020. 18 сентября.
18. Смирнова Ю. С. Гендерные особенности лжи в подростковом возрасте и в период взрослости // *Научные горизонты*. 2018. № 11 (15). С. 324–332.

Информация об авторах

Е. А. Карпова — кандидат психологических наук, доцент, преподаватель Института международного развития и партнерства;

Т. Г. Кукулите — кандидат психологических наук, доцент, доцент кафедры педагогики и психологии.

Information about the authors

E. A. Karpova — PhD in Psychology, Associate Professor, Lecturer at the Institute of International Development and Partnership;

T. G. Kukulite — PhD in Psychology, Associate Professor, Associate Professor at the Department of Pedagogy and Psychology.

Конфликт интересов: авторы декларируют отсутствие конфликта интересов, связанных с публикацией данной статьи.

Conflict of interest: the authors declare no conflict of interest related to the publication of this article.

Статья поступила в редакцию 12.10.2022; одобрена после рецензирования 22.11.2022; принята к публикации 19.12.2022.

The article was submitted 12.10.2022; approved after reviewing 22.11.2022; accepted for publication 19.12.2022.