

Ewa Podrez

 <https://orcid.org/0000-0001-5805-0869>

Uniwersytet Kardynała Stefana Wyszyńskiego w Warszawie

 <https://ror.org/05sdyjv16>



# Złe i moralnie<sup>1</sup> dobre praktyki rozmowy



Rozmowę można traktować jako (1) spotkanie co najmniej dwóch podmiotów, (2) strategię mediacyjną i negocjacyjną, która wymaga umiejętności i praktyki, (3) formę interpersonalnej komunikacji (werbalna, pisemna i sygnalizacyjna). Trzeba przy tym wyraźnie zaznaczyć, że ogólnie utożsamia się rozmowę z komunikacją interpersonalną, tym samym jest ona objęta moralnym wartościowaniem. Jak wszystkie tego typu sądy praktyczne dotyczy ona intencjonalnych działań, podjętych świadomie. Odnosi się więc do sfery w etyce zwanej podmiotową, a więc do postawy, którą świadomie przyjmuje jednostka wobec pozostałych rozmówców, biorąc na siebie odpo-

<sup>1</sup> Przypomnijmy, że przez działania moralne rozumiemy te aktualne formy życia, w których ludzkie wartości i powinności wynikają z dwóch zasad: (1) miłości, szacunku i życzliwości oraz (2) z nakazu nie zabijaj, nie krzywdź i nie upokarzaj. Te dwie, fundamentalne zasady w postaci imperatywnego zakazu i nakazu generują szereg wartości i norm, dzięki którym mogą być realizowane w różnych okolicznych formach życia.

wiedzialność lub współodpowiedzialność<sup>2</sup> za przebieg rozmowy i jej skutki. Ogólnie postawa ta może wyrażać życzliwość, otwartość i szczerłość lub być agresywna (jawnie bądź w sposób ukryty). Rozmowa polega nie tylko na wymianie informacji i formach przekazywania określonych treści, lecz także jest związana ze wzajemnym oddziaływaniem na siebie rozmówców. Ten moment decyduje o jej moralnym, społecznym i kulturowym znaczeniu. W tym tekście będziemy podkreślali ten aspekt w przekonaniu, że rozmowa jest nie tylko koniecznym warunkiem rozwoju człowieka, ale na niej zbudowana jest zarówno nasza kultura, jak i porządek społeczny. Jakie zatem postawy i wartości moralne tworzą związki interpersonalne i realizowane są podczas rozmowy?

Pierwsze miejsce zajmuje życzliwość<sup>3</sup>, która wiąże się z szacunkiem do rozmówców oraz otwartością na partnerstwo rozmówców. Zgodnie z intuicją wielu filozofów „Życzliwość zakłada dwie rzeczy. Po pierwsze teleologiczną naturę istoty żyjącej, której w życiu «chodzi o coś», dla której coś jest dobre, pomocne, pożyteczne. [...]. Po drugie zakłada ona, że istota, o której dobro chodzi, postrzegana jest w swym własnym bycie”<sup>4</sup>. Szczerłość odnosi się nie tylko do intencji rozmówców, lecz także do sposobu komunikowania się z innymi i poszukiwania odpowiednich form porozumienia, a przynajmniej wzajemnego zrozumienia. Przeciwnością tego pozytywnego nastawienia jest chęć manipulowania innymi, a więc posługiwanie się fałszywymi dowodami, zmuszanie rozmówców do bezkrytycznego przyjęcia narzuconych interpretacji itp. Takie formy komunikacji są dzisiaj rozpowszechnione, a nawet prowokowane w ramach wojen plemiennych; tym samym dobre intencje i życzliwości zyskują na wartości, ale wymagają też wsparcia ze strony zdrowego rozsądku, odwagi i poczucia odpowiedzialności.

Sceny polityczna, biznesowa i finansowa codziennie dostarczają wielu przykładów na potwierdzenie tezy o zmanipulowanych rozmowach i niewłaściwych formach komunikacji. Ich „niegodziwość” wynika z odwiecznej walki, którą ludzie prowadzą ze sobą o władzę, dominację, pieniądze, wpływy, stanowiska, prestiż. Rozmowy służą realizacji tych potrzeb oraz pragnień i podlegają zwykle różnym, bo zarówno dobrym, jak i złym, celom. Mogą rozmówcy tylko pozorować tzw. dobrą wolę i otwartość lub szczerze dążyć

2 Na przykład w przypadku rozmowy rodziców z dziećmi trudno sobie wyobrazić, aby dzieci ponosiły odpowiedzialność za przebieg i skutki rozmowy.

3 Życzliwość i sympatia to kategorie, które np. w ujęciach Hume’a i Spaemanna wykraczają poza teren moralności, ponieważ dotyczą wspólnoty ogólnoludzkiej, są wyrazem i usankcjonowaniem tych wspólnotowych więzi samodzielnych podmiotów.

4 R. Spaemann, *Szczęście a życzliwość. Esej o etyce*, przeł. J. Merecki, Wyd. KUL, Lublin 1997, s. 125.

do porozumienia, pogłębienia wiedzy, bliższego podzielenia się wątpliwościami i uwagami. Takie pozytywne rozmowy mogą przynieść ze sobą nadzieję, a zawarte w ich ramach traktaty, umowy, kompromisy oraz poprzedzające je negocjacje i mediacje opierają się na wzajemnym porozumieniu. Rozmowy, które prowadzą do kompromisów bądź zawarcia ugody, odbywają się na różnych poziomach interpersonalnej komunikacji – w wersji: ogólnej i szczegółowej, swobodnej i profesjonalnej, zaplanowanej i spontanicznej, wymuszonej przez okoliczności i otwartej, bezpośredniej i pośredniej (np. online), poufnej i otwartej, jednostkowej oraz grupowej. Rozmowa oznacza więc spotkanie i kontakt, które odnoszą się do różnych celów, zadań, form i uwarunkowań komunikacyjnych. Od strony moralnej istotne są w niej trzy momenty rozmowy określające charakter partnerstwa:

- ◆ szacunek i życzliwość wobec rozmówcy,
- ◆ troska o to, by przekazywać jasne, zrozumiałe komunikaty,
- ◆ umiejętność słuchania jako wyraz elementarnego szacunku dla rozmówcy.

Ta ostatnio wspomniana umiejętność jest nie zawsze doceniana, mimo że stanowi o możliwości porozumienia się obydwu stron. Rozmowa jako forma komunikacji może prowadzić do ostrych konfliktów między stronami bądź do otwartego porozumienia. Dużą rolę w jej efektach odgrywa temperament, stąd zalecany jest umiar, charakterystyczny dla zdrowego rozsądku. Pozwala on na możliwość zdystansowania się od własnych emocji oraz na zachowanie pewnej dawki humoru (nie ironii, nie szyderstwa). Zwykle humor pozwala w trudnych rozmowach rozładować napięcia, często spowodowane nietaktem jednej ze stron. W takim wypadku można się posłużyć rzadko dzisiaj używanym określeniem, którym jest brak kultury towarzyskiej. Ten brak może zadecydować o niepotrzebnych konfliktach, wzajemnym obrażaniu się albo przerwaniu rozmowy, w przeciwieństwie do humoru, który w odpowiedniej dawce i formie może rozmowie nadać bardziej swobodny ton, umożliwić lub znacznie ułatwić porozumienie się ze sobą stron. **Takt lub nietakt oraz humor i jego brak (ponury, melancholijny nastrój) ma wpływ na oddziaływanie rozmówców na siebie, na formę i treść komunikatu oraz na jego odbiór.** Kultury towarzyskiej i humoru nie można traktować na równi z moralnymi imperatywami ani poddać ich ocenie etycznej. Można je powiązać z uwarunkowaniem lub sprzyjającymi okolicznościami. Jednak są to określenia neutralne, które nie oddają np. specyficznego znaczenia humoru w procesie komunikacji. Już Hume zauważył, że: „Kto spędził kiedyś wieczór w gronie poważnych, melancholijnie usposobionych ludzi i widział, jak z na-

gła rozmowa nabiera rumieńców, jak ożywiają się twarze, słowa i zachowania obecnych, kiedy zjawi się w towarzystwie gość, pełen humoru i werwy – ten przyzna, bez trudu, że wesołość posiada wielkie walory i z natury rzeczy zjednuje sobie ludzką przychyłność”<sup>5</sup>. Należałoby umieścić zatem humor między dwoma, powiązаныmi ze sobą zjawiskami: kulturą spotkania i osiągnięciem porozumienia. Wspomniany takt towarzyski stanowi swoistą miarę dla humoru i form jego konkretyzacji. Zróbmy więc krok do przodu, pytając o to, jakie złe praktyki uniemożliwiają rozmowę opartą na partnerstwie – czyli interpersonalną komunikację.

Obok „złotej zasady” wskazującej na to, że trzeba chcieć rozmawiać (intencja), wiedzieć, jak się to robi oraz być świadomym z kim się rozmawia i dlaczego, warto się zastanowić, z jakich powodów proces komunikacyjny może ulec zakłóceniu. A osiągnięte porozumienie jest tylko pozorne i rykoszetem uderza w rozmówców biorących w nim udział. Dlaczego na drodze komunikacji można dokonać takich zniszczeń, które wpływają nie tylko na przebieg rozmowy, lecz także pozbawiają ludzi mocy sprawczej. Wspomnieliśmy już, że rozmowa ma zasadnicze znaczenie dla indywidualnego, społecznego, kulturowego i moralnego rozwoju człowieka lub wspólnoty. Wszystkie przeszkody, które napotyka, odbijają się na powyżej wyróżnionych sferach życia ludzkiego. Stąd wypływa potrzeba szerszej refleksji nad komunikacją. Na czym ona polega? W procesie tym wyróżnia się treść komunikatu od związku, który zachodzi między podmiotami komunikacji, a także sposobami komunikacji. Dla wszystkich form komunikacji podstawę stanowi komunikacja interpersonalna jako wzór i kryterium oceny.

Czym zatem jest komunikacja<sup>6</sup>?

1. Komunikacja to proces **porozumienia** się jednostek, grup, instytucji w skali lokalnej i globalnej.
2. Celem komunikacji **jest wymiana** myśli, poglądów, idei, opinii, uczuć, a więc dzielenie się wiedzą i doświadczeniem, przekazywanie informacji.
3. Istnieją **rozmaite poziomy komunikowania się**, używa się do nich różnych środków i biorą w nich udział rozmaite podmioty, które mogą mieć swoje odrębne cele i chcą uzyskać też rozmaite skutki.

---

5 D. Hume, *Badania dotyczące zasad moralności*, przeł. A. Hochfeld, PWN, Warszawa 1975, s. 1975.  
6 R. B. Adler, L. B. Rosenfeld, R. F. Proctor II, *Relacje interpersonalne. Proces porozumiewania się*, Poznań 2006; B. Dobek-Ostrowska, *Podstawy komunikowania społecznego*, Wydawnictwo Astrum, Wrocław 1999; B. L. J. Kaczmarek, *Misterne gry w komunikację*, WN UMCS, Lublin 2009, *Komunikologia. Teoria i praktyka komunikacji*, red. E. Kulczycki, M. Wendland, Poznań 2012.

Złe i dobre praktyki dotyczą sposobu, w jaki ludzie porozumiewają się ze sobą, treści tego porozumienia i jego skutków. W znaczeniu moralnym istnieje zasadnicza różnica w sposobie komunikowania się grona lekarzy a np. grupy przestępców. Pomińmy już fakt, że porozumienie można osiągnąć na drodze szantażu, podania fałszywej informacji czy manipulacji. Podobnie jest z wymianą myśli i informacji, tutaj zagrożeń pojawia się więcej i mają one wpływ na osiągnięcie porozumienia lub doprowadzenie do konfliktu. Co ma swoje rozmaite konsekwencje, kiedy weźmie się pod uwagę różne poziomy komunikowania się np. na szczeblu międzynarodowym – w kwestiach tak spornych, jak ceny gazu czy ropy. W tych wszystkich sytuacjach komunikacyjnych<sup>7</sup> decydującą rolę odgrywa relacja między nadawcą a odbiorcą, która wymaga analizy treści komunikatu, kanału komunikacyjnego oraz skutków, czyli tego, jak przekaz został odebrany przez rozmówców (w szerokim rozumieniu, a więc z uwzględnieniem mowy ciała). Ogólnie można powiedzieć, że w przypadku świadomego kłamstwa i manipulacji mamy do czynienia ze złymi praktykami komunikacyjnymi, ale takie działania są niejednorodne. Obejmują zarówno fake newsy, jak i wojny informacyjne, sposoby autoprezentacji, manipulacji, agresji, które wymagają bliższego rozpatrzenia. Działania i postawy związane ze stosunkiem ludzi do siebie oraz do innych przejawiają się pogardą, traktowaniem ludzi jako użytecznych idiotów, dezinformowaniem ich lub wręcz okłamywaniem. Rozmowa przybiera w takich sytuacjach charakter swoistej gry, gdzie jedna strona dominuje, narzucając reguły, a druga jest ofiarą tego rodzaju zabiegów. Dlatego wspomniane praktyki obejmują nie tylko przekazy informacji w ramach procesów komunikacyjnych, lecz także prowadzą do dewaluacji spotkania; albo je pozorując, albo całkowicie ignorując interpersonalny wymiar rozmowy. W tym celu wykorzystuje się pewne nawyki psychiczne i behawioralne ludzi, np. oparte na reakcjach wzajemności, zaangażowania i społecznych dowodów słuszności, lubienia oraz sympatii, autorytetu oraz niedostępności<sup>8</sup>. Manipulowanie nimi przynosi korzyści jednej stronie zarówno w złodziejskich praktykach („metoda na wnuczka”), jak i w manipulacjach politycznych, finansowych lub biznesowych. Rozmówcy podlegają różnym kulturowym i psychicznie utrwalonym przekonaniom, które nie podlegają racjonalizacji i samokontroli. Specjaliści od kreowania wizerunku mają profesjonalną wiedzę na temat tego, jak łatwo ludzie sugerują się medialnym CV, niezależnie od tego, jak

7 M. McKay, M. Davis, P.P. Fanning, *Sztuka skutecznego porozumienia się*, Gdańsk 2005.

8 R. B. Cialdini, *Wywieranie wpływu na ludzi. Teoria i praktyka*, przeł. B. Wojciszke, Gdańsk 2003; D. Doliński, *Techniki wpływu społecznego*, Warszawa 2005.

ten ktoś się zachowuje. Niemniej wspomniane reguły nie zawsze prowadzą do negatywnych skutków, ponieważ większość ludzi korzysta z nich w różnych celach i rozmaitych sytuacjach. Na przykład rozmawiając z przyjaciółmi, czujemy się emocjonalnie i moralnie związani z nimi więzami sympatii, wzajemności lub zaangażowania. W tym przypadku o dobrych i złych praktykach w prowadzeniu rozmowy oraz o procesach komunikacji decydują intencje wraz z motywami, zaufanie do rozmówcy i bliższa z nim znajomość. Na tym przyjacielskim gruncie łatwiej też zauważyć różnicę, która zachodzi między perswazją a manipulacją. W przypadku perswazji mamy do czynienia z taką sferą komunikacji, która prowadzi do dobrowolnego zrezygnowania rozmówcy z dotychczasowej opinii, sądu albo przekonania, i zastąpienia jej inną; w przeciwieństwie do perswazji zabiegi **manipulacyjne prowadzą partnerów rozmowy do przyjęcia rozwiązań sprzecznych z ich własnym, dobrze pojętym interesem**. Zdarza się tak np. w sytuacji podejmowania tzw. **zgniłych kompromisów, wymuszonych i zapewniających korzyść tylko jednej stronie**.

## Złe praktyki komunikacyjne — złe praktyki w prowadzeniu rozmowy

Kontakty i spotkania z innymi ludźmi w ramach prowadzonych rozmów związane są ze sposobem, w jaki partnerzy prezentują siebie. Ujawniają, odsłaniają i tym samym manifestują siebie, to, kim są i jak chcą być odbierani przez innych. Prezentacja może być szczegółowo zaplanowana i celowa lub spontaniczna i przypadkowa. Publiczne czy prywatne kreowanie własnego oraz cudzego wizerunku ma swoje korzenie kulturowe i społeczne. Przypisane jest więc roli odgrywanej przez konkretną jednostkę lub zbiorowość, której jest członkiem. Mundurki szkolne, szaty królewskie, oryginalne wdzianka artystów, schludny ubiór urzędników, a ponadto odpowiednie miny, gesty, język i pozy — w ten sposób można odsłaniać, zasugerować swoją tożsamość i swoje zamiary lub je ukrywać i zasłaniać, udając kogoś innego, kogoś, kim się nie jest. Rozmowa to szerokie i zróżnicowane pole wypełnione nie tylko przez treści komunikatów, lecz także wrażenia, uczucia, doznania. „Zachowanie jednostki «ucieleśnia i odzwierciedla wartości oficjalne danego społeczeń-

stwa»<sup>9</sup>, łącznie z tymi wyjątkami, które ona zakłada. **Problematyka autoprezentacji rozmówców ma także znaczenie moralne, ponieważ dotyczy takich podstawowych wartości, jak zaufanie, szczerść i prawdomówność, sympatia i troska, tolerancja i odpowiedzialność.** Przy pomocy autoprezentacji można tymi wartościami manipulować, wywoływać je, zyskując dodatkową wiarygodność w oczach rozmówcy. Znane z licznych filmów strategie działania szpiegów i agentów wywiadu polegają m.in. na uzyskaniu zaufania i przychylności ze strony rozmówców. Psycholodzy przypominają w swoich pracach, jakie są to konkretne strategie oraz dlaczego są stosowane na tak szeroką skalę, i to nie tylko przez profesjonalistów. Za Jonasem i Pittmannem<sup>10</sup> należy wskazać pięć strategii autoprezentacyjnych: (1) negocjację (zwiększenie własnej atrakcyjności na użytek odbiorców np. przez stanowisko konformistyczne albo zachwyty nad atrakcyjnością rozmówcy przez podnoszenie jego personalnych wartości); (2) zastraszanie; (3) autopromocję; (4) prezentowanie siebie jako osoby nieskazitelnej moralnie, doskonałej; (5) manifestowanie braku kompetencji i zależności od innych. W tym przypadku prezentowanie siebie jako osoby słabej, kruchej i zagubionej przynosi m.in. tę korzyść, że wywołuje się uczucie litości i pobłażliwości u pozostałych rozmówców. Z autoprezentacją wiąże się mniemanie ludzi o sobie, co zwłaszcza ujawnia się w postawach narcystycznych i egoistycznych. Wspomniany powyżej rodzaj manipulacji wpływa na kontakt interpersonalny, a także na przebieg komunikacji. Ponieważ zakłada on pole manewru, możliwość zewnętrznego sterowania rozmową i rozmówcą, to albo w ogóle znosi szczerść i bezinteresowną życzliwość, albo w dużym stopniu ją ogranicza. Ludzie na ogół ulegają dwóm skłonnościom: kierowaniem się prawdziwą lub domniemaną opinią większości oraz potrzebą autopromocji siebie, a więc swojej niezwykłości, indywidualności i kompetencji. Zachowania te i związane z nimi postawy tworzą pewien klimat rozmowy, wpływają na jej przebieg i końcowy efekt. Rozmówcy albo siebie akceptują i szanują, albo traktują instrumentalnie, co w praktyce oznacza, że – działając pod wpływem różnych motywów – sprowadzają rozmowę do strategicznej gry. Przybierając rozmaite pozy, używając albo hermetycznego języka, albo wieloznacznego, powołując się na fałszywe opinie lub dowody, schlebiając, grożąc bądź szantażując rozmówcę. W tym celu wykorzystuje się często internet, media elektronicz-

9 E. Goffman, *Człowiek w teatrze życia codziennego*, przeł. H. Danner-Śpiewak, Warszawa 2000, s. 65.

10 E. E. Jonas, T. S. Pittman, *Toward a general theory of strategic self-presentation*, [w:] J. Suls (ed.), *Psychological Perspectives on Self*, Erlbaum 1982.



ne, rozpowszechnia się tzw. fake newsy i celowo dezinformuje odbiorców. Świadomie krzywdzi się konkretne osoby, np. przez rozpowszechnianie plotek, szkodząc wybranym grupom społecznym, instytucjom i organizacjom, a nawet krajom. Jest to rodzaj wojny ideologicznej prowadzonej w skali globalnej i lokalnej, a jej skutki dotyczą bezpośrednio rozmowy – konkretnie ludzie, wiążąc się z jednym przesłaniem, rozmowę sprowadzają do dwóch modeli: bezkrytycznych, powielanych komunikatów lub ich radykalnej, zaprzeczającej wersji. Przeniesienie medialnie nagłośnionego podziału, typu swoi i obcy, my i nasi, i wrogowie, sprawia, że rozmowa ogranicza się tylko do emocjonalnego kodu. Ten wzór komunikacyjny przenosi się ze sfery publicznej na prywatną, obejmując tym samym krąg rodzinny, przyjacielski czy sąsiedzki. Socjologowie, psycholodzy, antropolodzy podnoszą alarm: przestajemy ze sobą rozmawiać, tracimy zdolność do otwartej, interpersonalnej komunikacji, w której spotykają się ludzie i wymieniają uwagi, opiniami, wiedzą lub ideami doświadczanymi przez nich, przeżywanymi oraz sprostomatyzowanymi. Istnieją, co prawda, enklawy, w których rozmowa jest podstawowym źródłem kontaktów międzyludzkich, a mianowicie literatura, w tym także popularna<sup>11</sup>. Skłonni jesteśmy przyjąć za Arystotelesem, że to zdziwienie stoi u podstaw wszystkich ludzkich pytań, w przypadku rozmowy to zdziwienie dotyczy przede wszystkim życia w świecie. **Od tego, jak jednostka czy wspólnota wyobraża sobie ten świat, co chce w nim osiągnąć i przy pomocy jakich strategii, zależy, w jakim stopniu człowiek zdolny jest do interpersonalnych kontaktów z innymi**<sup>12</sup>.

Przejdźmy teraz do głównej przeszkody w interpersonalnej komunikacji, którą jest kłamstwo w jego różnych przejawach – fałszowaniu danych lub ich kreowaniu, oszukiwaniu czy zwodzeniu innych co do swoich prawdziwych

11 Na przykład powieści kryminalne zawierają wiele wzorców rozmów prowadzonych w różnych celach, intencjach i środowiskach społecznych, co więcej, powieści te z jednej strony odwołują się do kultury masowej, której są częścią, a z drugiej sięgają do interpersonalnej komunikacji, bo tylko w ten sposób mogą, przekazując informacje, naświetlić osobowość rozmówcy. Ten rodzaj tak rozpowszechnionej dzisiaj powieści sięga po współczesne wzorce rozmowy (język, różne manieri, postawy, gesty) oraz podtrzymuje ich tradycyjny model.

12 Kontakty interpersonalne odnoszą się do najbardziej istotnej kategorii ludzkiego jestestwa, którym jest osoba w rozumieniu odrębnego bytu, zdolna do myślenia, odczuwania, dokonywania samodzielnych wyborów i krytycznej refleksji (samowiedzy), rozważania swojej przeszłości i planowania przyszłości, dlatego własne życie jest dla niej wyzwaniem. Tym samym rozmowa, rozpatrywana w kategoriach etycznych, dotyczy osób i ich działań komunikacyjnych, które w formie i treści są zdeterminowane (w większym lub mniejszym stopniu) społecznymi i kulturowymi warunkowaniami. Osoba jest podmiotem praw. Literatura na temat osoby i komunikacji międzyosobowej jest bardzo bogata, tutaj powołamy się na dwie pozycje: C. Taylor, *Concept of Person*, Cambridge University Press, Cambridge 1985; T. Chuvin, *Homo iuridicus. Człowiek jako podmiot prawa publicznego*, Warszawa 2014.



intencji. Problematyka kłamstwa była podejmowana już w starożytności i zainicjowały ją trzy pytania: czym jest kłamstwo i jak je zdefiniować? Jakie są cele i skutki kłamstwa? Kim jest kłamca oraz jakimi kieruje się motywami?<sup>13</sup> Współcześnie zadajemy dodatkowe pytanie, obserwując formy aktywności elektronicznych mediów: dlaczego ludzi tak łatwo jest oszukać oraz dlaczego chcą być oszukiwani? Z codziennej obserwacji wynika, że kłamstwo jest nie tylko zaprzeczeniem prawdy, zresztą to medialne rozpowszechnianie półprawd (tzw. fake newsów) jest najbardziej skuteczne w przestrzeni publicznej.

## Złe praktyki prowadzenia rozmowy.

### Kłamstwo–kłamca

Można powiedzieć, że kłamstwo kłamstwu nierówne, podobnie jak kłamcy bywają różni i kierują się różnymi intencjami. Lekkomysłni i niegodziwi, oszukują w różnych celach po to, by udawać kogoś, kim nie są, by coś ukrywać przed innymi; dla zabawy, dla korzyści. Ludzie kłamią, zwodzą, zatajają, a czynią to przy pomocy gestu, słowa, komunikatu. Kłamią, np. obiecując pomoc, i nie dotrzymują słowa; kłamią, by ukryć rodzinne albo firmowe sekrety; kłamią, bo to lubią lub są złośliwi. Niektóre formy oszustwa mają charakter pewnej gry i dowodzą inteligencji, a nawet zręczności (np. magicy cyrkowi, pokerzyści), z kolei inne są intencjonalnie skierowane przeciwko mieniu lub godności dóbr osobistych, jak np. wszystkie formy wyłudzenia danych personalnych czy pieniędzy, jak oszustwa podatkowe itd. Trudno je zdefiniować, biorąc pod uwagę fakt, że kłamcy w rozmowie starają się o wiarygodne komunikaty, powołują się na różne quasi-argumenty, podszywają się np. pod instytucje zaufania publicznego i starają się przy pomocy odpowiednio dobranych słów oraz życzliwych gestów zdobyć zaufanie swojego rozmówcy. Towarzyszy temu odpowiednia autoprezentacja w powiązaniu z oprawą emocjonalną, dzięki której rozmówca jest przekonany o szczerości swojego interlokutora. Kłamstwo prowadzi do oszustwa, czyli świadomego wprowadzenia kogoś w błąd. Zależność ta wynika z definicji kłamstwa, w której zaznacza się, że jest to działanie intencjonalne, które ma na celu wprowadzenie kogoś w błąd dla osiągnięcia własnych korzyści.

13 Zob. Arystoteles, *Etyka nikomachejska*, przeł. D. Gromska, Warszawa 1956: kłamce, kłamliwość, kłamstwo (27b 5; 11, 27a 28; 29 oraz 27b 16; 17).

O kłamstwie decyduje: intencja, fałszywy komunikat oraz czerpanie korzyści z takiego działania<sup>14</sup>. Z jednej strony kłamca oszukuje w sposób świadomy i intencjonalny, a z drugiej zabiega o swoją wiarygodność, zaufanie i przekonanie rozmówcy o swojej szczerości. Przy tym miano kłamcy może przypaść w udziale osobie, która ma fałszywą wiedzę lub nieaktualne informacje na dany temat, albo osobie, która nie pamięta dokładnie jakiegoś wydarzenia i myli fakty, przekręca dane, albo też komuś, kto np. ze względu na obowiązującą go dyskrecję nie może ujawnić pewnych faktów. Ciekawym przykładem kłamcy jest jednostka, która sama siebie oszukuje i pośrednio oszukuje innych. O kłamstwo może zostać oskarżony uczciwy człowiek, którego wiedza i doświadczenie mają charakter unikalny, a przynajmniej nie są powszechnie dostępne nawet w jego naukowym środowisku. W każdym z tych przypadków osoby, które kłamią, czynią to nieświadomie i niecelowo. Tym samym to nie one kłamią, ale tak ich odbierają rozmówcy. W przeciwieństwie do tych rozmówców, którzy wręcz profesjonalnie zajmują się oszukiwaniem i zwodzeniem, a ich wypowiedzi są odbierane jako wiarygodne i wzbudzające zaufanie, podobnie wrażenie wywołują oni sami. O niektórych ludziach mówi się, że są notorycznymi kłamcami, co zdarza się często np. w przypadku polityków. A mimo to są tolerowani, nawet popierani przez część wyborców. Nie rozwijając tego zagadnienia, które niewątpliwie dotyczy psychologicznych uwarunkowań polityki, warto na marginesie zaznaczyć, że ocena kłamstwa i kłamcy podlega różnym zależnościom: psychologicznym, osobowościowym, społecznym, kulturowym. Raz jest powszechnie usprawiedliwiona, innym razem tolerowana lub potępiona. Dodać należy jeszcze jedną postawę – tzw. człowieka zakłamanego, a więc niezdolnego do rozróżnienia prawdy od fałszu, czy też fałszywej interpretacji danego zjawiska od jego ujęć bardziej wiarygodnych. Żyjemy w świecie mediów elektronicznych, wojny informatycznej i plemiennej, coraz mniej mamy możliwości docierania do znaczenia aktualnych wydarzeń w skali globalnej, na które składa się kompleks zróżnicowanych informacji, wymagających spójnej interpretacji. Z tego metapoziomu widać, jak rozszerza się skala kłamstwa i jego formy, z wykorzystaniem wszystkich, praktycznie nieograniczonych możliwości technologicznych. W tej sytuacji komunikacja interpersonalna stanowi jeden z nielicznych wyjątków, dzięki któremu kłamstwo przypisane jest do konkretnej osoby i to ona ponosi za nie odpowiedzialność.

14 Zob. W. Chudy, *Filozofia kłamstwa. Kłamstwo jako fenomen zła w świecie osób i społeczeństw*, Warszawa 2004, s. 564; B. Wolniewicz, *O pojęciu kłamstwa i zasadzie prawdomówności*, „Edukacja Filozoficzna” 2012 nr 54, s. 20–22.

**Kłamstwo może zatem dotyczyć samej jednostki (kłamcy) i treści fałszywego komunikatu**, może też być zorientowane na innych po to, by ich chronić, sprawić im przyjemność lub by ich wykorzystać. Kiedy mowa jest o korzyściach, to chodzi o te cenne dla właściciela dobra, których dobrowolnie nie oddałby tej konkretnej osobie. Przy okazji różnych rodzajów i form kłamstwa warto zwrócić uwagę na **sztukę prawienia komplementów i umiejętności podlizywania się**. Te ostatnie mogą pełnić funkcję strategii adaptacyjnej np. w miejscu pracy czy w życiu publicznym, ale równie dobrze przy pomocy komplementów można ludzi uwodzić w rozmowie, wykorzystując ich próżność lub niskie mniemanie o sobie. Prawienie komplementów, podobnie jak plotkowanie, może być niewinnym komunikatem zaadresowanym do kogoś, kto np. oczarował inną osobę swoim wyglądem, strojem, makijażem itd. Bywa, że prawi się komplementy osobie, która tego potrzebuje, ponieważ w towarzystwie czuje się zagubiona, nieatrakcyjna, gorsza. Kilka miłych słów może ją podnieść na duchu i dodać wiary w siebie. Zdarza się też, że komplement jest efektem podlizywania się, pragnienia zdobycia cudzej sympatii, rodzajem taktycznego kłamstwa. To pole do manipulacji, w którym rozmowa staje się emocjonalną grą, która ma na celu np. zdobycie przychylności rozmówcy. O zwycięstwie w tej ryzykownej grze decydują trzy momenty: **rejstry prawdziwego zachwyту, udawana szczerοść oraz pozory bezinteresownej sympatii**. Jak w znanej bajce Ezopa o kuku i lisie, która zaczyna się od przestrogi „Bywa często zwiedzionym | Kto lubi być chwalonym”. Jednak kto z nas nie lubi być chwalony? Przecież nie wszystkie komplementy są kłamliwe i nie wszyscy uprawiają trudną sztukę podlizywania się. Fakt, że **hipokryzja i kłamstwo wzajemnie się wspierają**, wpływa zarówno na uznanie partnerstwa rozmówców, jak i przebieg komunikacji. Alphons Silbermann w swojej rozprawie *O sztuce podlizywania*<sup>15</sup> przyjął, że kłamstwo „jest działaniem społecznym, które zmierza do świadomego ukrywania, zniekształcania lub fałszowania prawdy”<sup>16</sup>. Ścisłej, chodzi o tę wiedzę lub przekonanie, które kłamca przyjmuje za prawdziwe. Zastępując je kłamstwem (np. nie jest prawdą, że tylko ja znam prawdziwe fakty), rozmówca musi być na tyle wiarygodny, by wzbudzić zaufanie swojego interlokutora. To kwestia skomplikowana, bo to, co dla jednych jest wiarygodną informacją, np. polityczną lub naukową, dla przeciwników danej formacji politycznej czy religijnej okazuje się niezwykle podejrzanym. Są ludzie, których łatwo oszu-

15 A. Silbermann, *O sztuce podlizywania się*, przeł. A. Michalski (rozprawa przygotowana do publikacji przez Wydawnictwo Naukowe UMK).

16 Silbermann, *O sztuce podlizywania się*, dz. cyt., s. 38.

kać, ponieważ albo ze swej natury są bezkrytyczni, albo mają zaufanie do określonych, wybranych rozmówców, albo też rozpaczliwie szukają ratunku, np. przed rozwojem choroby nowotworowej. Są gotowi wtedy uwierzyć we wszystko, co znajduje np. w internecie, płacić wysokie kwoty i liczyć na cudowne, uzdrawiające lekarstwo. Kłamca potrafi wykorzystać te personalne cechy lub tragiczną sytuację, w której ktoś się znalazł. Może też powtarzać kłamstwa, które usłyszał od innych, nie zdając sobie sprawy z ich konsekwencji, np. informując o niezwykłej kuracji lub równie skutecznej terapii. To przypadek kłamstwa mimowolnego, które zdarza się często, i wskazuje, że **można kłamać: (1) ze względu na intencje; (2) ze względu na niezgodność z prawdą, która wynika z niewiedzy albo z wiary w fałszywe informacje; oraz (3) w wyniku kierowania się trzema motywami – oszczędzaniem komuś niepotrzebnego cierpienia, komplementowaniem kogoś, by sprawić mu radość, dodać wiary w siebie, oraz by dotrzymać sekretu, obietnicy dyskrecji. W każdym z tych trzech przypadków intencją kłamiącego nie jest osiągnięciem własnej korzyści, ale kierowaniem się dobrem drugiego**<sup>17</sup>. Używamy tutaj pojęcia kłamstwo w szerokim znaczeniu, które funkcjonuje w dyskursie publicznym.

Obok rozmaitych przyczyn i form oszukiwania innych podczas rozmowy, można wskazać na rozmaite rodzaje kłamliwych komunikatów, co wpływa zarówno na postawę rozmówców, wzajemną sympatię, jak i zaufanie, oraz odbija się na treści wypowiedzi. Trzeba zatem je rozpatrywać nie tylko od strony zaistniałych faktów, lecz także aktów, które oddziałują na postawy rozmówców. Zajmiemy się teraz tą performatywną stroną kłamstwa, która obejmuje zarówno stosunek rozmówców do siebie, jak i treść przekazywanych sobie komunikatów. Przyjmiemy za punkt odniesienia dla rozważań z dziedziny etyki jedną z wersji kłamstwa, a mianowicie tą, która zakłada, że kłamstwo ma na celu intencjonalne wprowadzenie rozmówcy w błąd. Co za tym idzie, kłamca dąży do oszukania swojego rozmówcy w sposób, który okaże się najbardziej skuteczny, i przyniesie mu korzyść (satysfakcję) kosztem drugiej osoby i przynależnych jej dóbr. W psychologii rozróżnia się wiele

---

17 Nie chcemy tutaj wyważać otwartych drzwi i podejmować się dyskusji na temat tego, czym jest dobro drugiego; wydaje się, że za Fransem Brentanem można wyróżnić dwa rodzaje dóbr: to, co jest dobrem samo w sobie, i to, co jest dobrem ze względu na coś innego. Powołujemy się na Brentana, ponieważ odwołuje się on do dwóch kryteriów, którymi ludzie na ogół się kierują w swoim życiu codziennym. Tak więc w przypadku dóbr najwyższych są to „dobra, które nadają się na przedmiot słusznej miłości”, a dobra drugorzędne znajdują dla siebie swoją miarę „w rzeczach pożytecznych” (F. Brentano, *O źródle poznania moralnego*, [w:] *Z fenomenologii wartości*, wybrał, przełożył i przedmową opatrzył W. Galewicz, Kraków 1999, s. 21).

różnych rodzajów i form kłamstwa, łącznie ze wszystkimi patologiami, tj. zaburzeniami osobowości. Na terenie etyki wystarczy, kiedy odwołamy się do Arystotelesa, który rozróżnił trzy podstawowe przyczyny kłamstwa: brak rozsądku, niegodziwość i brak życzliwości<sup>18</sup>. Kłamstwo ma swoje dwa strategiczne zadania: psychologiczne i ekonomiczne, a pierwsze z nich związane jest z chęcią objęcia kontroli, z dominacją, prestiżem czy sławą. Przykładów na potwierdzenie takiej postawy jest aż nadto. Wystarczy powołać się na fałszywe odkrycia w medycynie, by nie sięgać do przykładów ze sfery polityki. Motywy ekonomiczne kłamstwa dotyczą różnych sfer interesów: jednostkowych lub grupowych. W obydwu przypadkach motywy kłamcy negatywnie wpływają na rozmowę, zwłaszcza na jej wymiar moralny wyznaczony przez relacje partnerskie. Rozmowę można traktować jako moralną wspólnotę osób, która zapewnia im partnerstwo, swobodę (wolność) wypowiedzi oraz prawo do akceptacji stanowiska (poglądu, idei), które ocenia się za bardziej zasadne niż własne, lub do podtrzymania własnego stanowiska albo sprzeciwu. Te wszystkie możliwe opcje wynikają ze wzajemnego szacunku i życzliwości, a także akceptacji prawa każdego z rozmówców do wyrażenia swojego zdania, opinii, wątpliwości lub przekonania. Naruszenie tych warunków, czy to w formie oficjalnego nakazu lub zakazu, czy w ukrytej manipulacji, prowadzi albo do regresu rozmowy, zniszczenia jej podstawowej, partnerskiej relacji, albo do jej upozorowania. Odnotowuje się takie przypadki jako rozmowy wymuszone, sztuczne lub kurtuazyjne. Przy założeniu, że kłamie się umyślnie (celowo), by oszukać swojego rozmówcę i go skrzywdzić. Może zatem trzeba inaczej postawić pytanie o moralne konsekwencje kłamstwa dla rozmowy? Korzystając z wypowiedzi Derridy, który stwierdził, że „nie powinniśmy pytać, czym jest kłamstwo, a raczej, co kłamstwo czyni, i zwłaszcza czego chce kłamstwo?”<sup>19</sup>. Nie można przy tym utożsamiać kłamstwa z nieprawdą, chociażby z powodu, o którym pisał Michel de Montaigne: „Jeśli kłamstwo miałyby jedno oblicze, jak prawda, byłibyśmy w lepszej sytuacji. Wystarczyłoby przeciwieństwo tego, co mówi kłamca. Jednak rewers prawdy ma sto tysięcy twarzy i nieskończone pole”<sup>20</sup>. Wspominam o tym, ponieważ warto jeszcze raz podkreślić, że to intencje decydują o tym, czego w istocie pragnie kłamca – skrzywdzić swojego rozmówcę, chronić go lub wykorzystać, a może sprawić mu radość albo wzbudzić w nim nadzieję.

18 Arystoteles, dz. cyt., 27b 16; 17.

19 J. Derrida, *Historia kłamstwa. Prolegomena*, przeł. i posłowiem opatrzyła V. Himssi, Warszawa 2005, s. 17.

20 M. Montaigne, *Próby*, przeł. T. Boy-Żeleński, Warszawa 1985, s. 165.

Kiedy mówimy dzieciom o św. Mikołaju, dyskretnie umieszczając prezenty pod choinką, to czy kłamiemy? Oczywiście, że tak, podobnie jak lekarz, który w rozmowie z rodziną używa konwencjonalnego zwrotu: „no, nie wiem, nigdy nie wiadomo, ale zawsze trzeba mieć nadzieję”. Istnieją jeszcze inne przypadki, np. chwaliپیety, które zmyślają, uczniowie, którzy mają wybujałą fantazję, lojalni przyjaciele. Wszystkie te przypadki mogą pośrednio wpłynąć na stosunek rozmówców do siebie, np. na brak zaufania, podejrzenia czy wręcz złość, ale reakcje te można wyrazić: „przestań się chwalić, fantazjować” albo „bądź z nami szczerzy”. Wspomniane postawy chwaliپیety, fantasty lub dyskretnego przyjaciela (lojalnego) nie wynikają z intencjonalnej chęci manipulowania faktami. Ich zadaniem jest wywołanie określonych emocji i postaw. Psycholodzy wyróżniają kłamstwa altruistyczne, żartobliwe i egoistyczne (przypadek chwaliپیety). Mowa jest też o kłamstwie manipulacyjnym oraz destrukcyjnym. To pierwsze dotyczy np. fake newsów, a więc świadomego zniekształcania rzeczywistych wydarzeń. Drugi rodzaj kłamstwa (np. oszczerstwo) ma prowadzić do skrzywdzenia konkretnych osób, ich zranienia i upokorzenia.

Są ludzie, o których piszą psycholodzy w swoich pracach, że z różnych powodów kłamią, co ma bezpośredni związek z ich osobowością i przyjętą strategią życiową, np. maniacy, osobowości makiaweliczne, bezwzględni gracze, narcystyczne osobowości oraz psychopaci. Wszystkie te typy osobowości, niezależnie od ich zaburzeń czy właściwości, charakteryzuje albo brak uczuć wyższych i wrażliwości emocjonalnej, albo znaczne ograniczenie tych uczuć, które są skierowane na innych i tym samym pozwalają na nawiązanie więzów życzliwości, szacunku i otwartości. Wśród wymienionych, zaburzonych, osobowości najtrudniej ocenić postawę oraz zachowanie psychopaty podczas rozmowy. Jest to trudne z dwóch powodów, mianowicie w niektórych przypadkach psychopaci nie potrafią rozróżnić dobra od zła na poziomie elementarnym oraz nie czują więzi uczuciowych z innym ludźmi, a w tym z najbliższą rodziną. Dzięki swojej inteligencji i sprytowi potrafią w sposób nikczemny i bezduszny wykorzystać swoich rozmówców, zdobyć ich zaufanie, szacunek, a nawet miłość. Uogólniając powyższe uwagi, można stwierdzić, że **złe praktyki prowadzenia rozmów dotyczą zarówno intencji rozmówców, jak i reprezentowanych przez nich postaw oraz motywów konkretnego zachowania.**



# Przykłady

## 1. Rodzice zbuntowanej nastolatki

Żona do męża: Porozmawiaj ze swoją córką, może przekonasz ją do tego, by zmieniła towarzystwo.

Mąż: To sprawa beznadziejna, tyle razy próbowaliśmy z nią rozmawiać, ale bez skutku.

Żona: Bo ty zaraz na nią krzyczysz, musztrujesz ją i wymagasz od niej, by żyła według twoich zasad.

## 2. Narzeczeni rozmawiają o ewentualnym kredycie na zakup mieszkania

Ona: Zrób coś, nie możemy się ciągle gnieździć w tym wynajętym pokoju.

On: Co mam zrobić? Na kredyt nas nie stać, a na rodziców nie mamy co liczyć.

Ona: Bo ty nie potrafisz nawet zarobić tyle, co twoi znajomi ze studiów.

On: Równie dobrze mógłbym to powiedzieć o tobie.

Ona: W tej sytuacji nie ma żadnej rozmowy, w ogóle się zastanawiam, czy my mamy przed sobą wspólną przyszłość.

## 3. Skłócone ze sobą siostry

Alicja dzwoni do swojej siostry: Chciałabym się z tobą spotkać i porozmawiać.

Paula: Nie mamy o czym.

Alicja: Ile razy mam cię przeproszać?

Paula: Dla mnie już nie istniejesz, wyrzuciłam cię z mojego życia (i wciska czerwony przycisk „zakończ”).

## 4. Polityka, w kolejce za świątecznym karpkiem

Pani w zielonej kurtce: Stoimy tutaj jak za Gierka.

Pan w czarnej czapce z daszkiem: Tyle że wtedy to były ryby! Paluszki lizać!

Pan z kraciastym szalikiem, złośliwie: Ale w tej kolejce zebrało się komuchów.

Pani w czerwonych botkach: Jak zabierze się im emerytury, to szybko zapomną o gierkowskich karpkach.

Pani w zielonej kurtce: Czyście państwo oszaleli! Ten pan tylko wspominał o tym, że kiedyś były smaczne karpie.

Pan w kraciastym szaliku: Nie ma o czym gadać z komuchami...

## 5. W pracy

Jurek: To co, pogadamy o tym projekcie? Mam kilka uwag.

Piotr: Stary, wyluzuj, nie mam nastroju.

Jurek: Ale wiesz, gonią nas terminy.

Piotr: Zostawmy to na jutro, może będę w lepszej formie, dzisiaj rano miałem znowu przeprawę z teściową.

Jurek: A nie próbowałeś się z nią dogadać?

Piotr: Stary, ona tylko krzyczy i obwinia mnie o wszystko. Zero rozmowy.

**W wielu sytuacjach rozmowa praktycznie nie jest możliwa, o czym z jednej strony decyduje negatywny stosunek do potencjalnego rozmówcy (ewentualnie do jego postawy, poglądów, zachowania itd.), a z drugiej zastąpienie wymiany poglądów dyktatem: „musisz, bezwzględnie powinieneś, żądam od ciebie” itp. Wszystkie takie imperatywne formy nakazów, które dotyczą osobistych (tj. indywidualnych) wyborów oraz działań, są sprzeczne z istotą rozmowy. W rezultacie albo dochodzi do nowego konfliktu, albo pogłębia się już istniejący między stronami spór, któremu zwykle towarzyszy agresja słowna. Rozmowa nie ogranicza się tylko do wymiany opinii lub stanowisk w danej kwestii, jest również spotkaniem międzypersonalnym, wydarzeniem, które każdorazowo jest współtworzone przez obie strony. Do złych praktyk w prowadzeniu rozmowy należą: kłamstwa, manipulacje, brak taktu i kultury towarzyskiej, postawy dyktatorskie i autorytatywne.**

## Dobre praktyki prowadzenia rozmowy

Od początku naszych rozważań o rozmowie i jej moralnym oraz kulturowym fundamencie podkreślaliśmy, że rozmowa jest zawsze wydarzeniem-spotkaniem o większym lub mniejszym znaczeniu. Może to być rozmowa

„ostatniej szansy”, od której potencjalnie zależą losy jednostek lub narodów, ale zaliczają się do nich również tzw. pogaduszki (*small talk*). W sferze komunikatów różnica dotyczy formy i treści, które formułuje się albo bezpośrednio, albo przy pomocy mediów elektronicznych. Z natury wydarzenia są zawsze konkretne i różne, a zatem rozmowy mają rozmaity przebieg i odbywają się na wielu poziomach, np. pracownik musi zaakceptować fakt, że jego kierownik może go krytycznie oceniać, podnieść głos itd. Ton rozmowy i jej nastrój (atmosfera) mogą wywołać radość, smutek, żal, gniew lub przygnębienie, ale w tej palecie uczuć nie ma miejsca na świadome upokarzania kogoś. Ludzie mają rozmaite temperamenty, prezentują różną kulturą osobistą, mają odmienne doświadczenia i skłonności psychiczne. Rozmawiamy zawsze z kimś, kto myśli, przeżywa, mówi i czuje inaczej niż my – w sposób trochę lub radykalnie odmienny. Co w takich przypadkach decyduje o potrzebie lub pragnieniu podjęcia rozmowy? W sferze emocjonalnej i poznawczej rozmowa zbliża ludzi do siebie. Uczy wypowiadać się o sprawach publicznych i osobistych, a także słuchać i dyskutować. Szacunek wobec rozmówców i kultura towarzyska wymagają, by wykazać się odpowiednią dozą opanowania emocjonalnego i osobistą odwagą. Zdolność do opanowania prowadzi do powstrzymania się od gwałtownych emocji, a odwaga pozwala na przyznanie się do własnych potknięć i błędów. Są sytuacje, kiedy trzeba wielkiej odwagi, by krytycznie odnieść się do poglądów swoich rozmówców, które uważa się za szkodliwe. Należy swoją negatywną opinię formułować w taki sposób, by rozmówca miał możliwość obrony swojego stanowiska przy pomocy argumentów, które przyjmuje za adekwatne. Rozmowę można więc rozpatrywać z trzech perspektyw jako: fenomen społeczny, wydarzenie o charakterze moralnym oraz zjawisko kulturowe. Wystarczy sięgnąć pamięcią do lat 90. albo do filmów lub powieści obyczajowych z tamtego okresu, by przekonać się o tym, że rozmowa i jej komunikacyjna forma jest kulturowo, społecznie i moralnie uwarunkowana. Trzydzieści kilka lat temu rozmowa była najbardziej rozpowszechnioną formą społecznego kontaktu, obecnie media elektroniczne i masowe zmieniły formę i treść komunikacji międzyludzkiej, począwszy od języka, przez rodzaje interpersonalnych kontaktów, aż po udział w kulturze masowej. Czy zatem można zrezygnować z rozmowy jako najważniejszej formy międzyludzkiej komunikacji? Pamiętając o tym, że rozmowa pozostaje zarówno fenomenem społecznym, jak i indywidualnym, zjawiskiem kulturowym i doświadczeniem osobistym, trzeba również zaakceptować fakt, że zmieniły się jej formy komunikacyjne. Wzbogaciły się o nowe możliwości technologiczne i tym samym należy mó-

więc o wielu rodzajach interpersonalnej komunikacji, w których coraz większą rolę odgrywa przekaznik komunikatów. O ich interpersonalnym charakterze wciąż decydują intencje i motywy, którymi ludzie kierują się podczas rozmowy. A co z rozmowy wynika, dlaczego rozmowa jako interpersonalna komunikacja jest wartością?

1. Pedagodzy podkreślają **twórczy i rozwijający walor rozmowy dla rozwoju dziecka**.
2. Socjolodzy biorą pod uwagę **społeczne formy uczestnictwa i porozumienia**, które możliwe są dzięki rozmowom na różnych poziomach i z różnymi ludźmi.
3. Kulturoznawcy w rozmowie widzą pewną **formę komunikacji międzyludzkiej, której towarzyszą pewne reguły zachowania**.
4. Etycy oceniają rozmowę z pozycji spotkania **dwóch odrębnych podmiotów, które wymieniając między sobą poglądy, przekonania, wiedzę, przeżycia i opinie, gotowi są je zmienić na bardziej racjonalne i zasadne**.

Przypomnijmy, że gotowość ta wynika z obopólnej życzliwości i wiąże się z szacunkiem oraz akceptacją odrębności rozmówcy, czyli zarówno jego podmiotowości, jak i poczucia odpowiedzialności. Nie można jednocześnie kogoś szanować (życzliwość) i celowo go ranić albo upokarzać. Rozmowa obejmuje zatem całe zachowanie człowieka, nie ogranicza się ani do jego deklarowanej postawy, ani też do treści i formy wypowiedzi, np. rozkazującej. Jednym słowem, **rozmowa dotyczy tylko tej formy komunikacji, która staje się otwartą wymianą myśli, opartą na dobrych intencjach oraz na szczerym, życzliwym stosunku do rozmówcy. Wszystkie te czynniki decydują o interpersonalności komunikacji i jej treści. Ich rozwijanie wpływa na powstanie, rozwój i utrwalenie dobrych praktyk w prowadzeniu rozmowy.**

## Przykłady:

### 1. Rozmowa między przyjaciółkami

Hania dzwoni do Asi: Aśka, pomóż mi, znowu pokłóciłam się z matką.

Aśka: O co tym razem?

Hania: Jak zwykle o studia. Ona chce, bym wróciła na medycynę.

Aśka: Może spróbuj jej wyjaśnić, dlaczego nie chcesz być lekarzem.

Hania: Robiłam to już 100 razy, a ona wciąż uparcie żąda ode mnie, bym kontynuowała studia.

Aśka: To spróbuj 101 raz, ale może zacznij od tego, czego ona chce dla ciebie i czy medycyna to jedyna droga, by to osiągnąć. Może dojdziecie do porozumienia.

Hania: To nic nie da, tylko się zezłości.

Aśka: To się rozzłości, ale za 102 razem może cię wysłucha i jakoś się dogadacie.

## 2. Rozmowa małżonków na wystawie malarstwa Tamary Łempickiej

On, sceptycznie: Te obrazy są prymitywne, kiczowate, a w dodatku źle namalowane.

Ona: Mnie się podobają, a nawet zachwycają.

On: Ze względu na jawny lub ukryty erotyzm?

Ona: To też, ale zobacz na wyraz rozpaczy kobiety uciekającej z dzieckiem na rękę, na twarz starego muzykanta, na te kompozycje z martwą naturą, to wszystko świadczy o jej różnych zainteresowaniach malarskich.

On: Nie za bardzo rozumiem.

Ona: Ja też nie, ale to jest fascynujące!

On: Zdaje się, że twoja koleżanka wydała teraz książkę o Łempickiej, może warto z nią o tych obrazach porozmawiać?

Ona: OK. Umówimy się na kawę.

## 3. Rozmowa między sąsiadami o polityce

Pan B: O, dawno nie widziałem sąsiada, co słychać?

Pan A: Panie, ja już nie mogę, słyszał pan o tym, co znowu zrobił ten komuch i zdrajca T.?

Pan B: Mnie polityka nie interesuje, za krótkie życie proszę pana, by zajmować się tymi wszystkimi awanturami, aferami, wymyślonymi skandami, marzy mi się, żeby chociaż tak raz zobaczyć fiordy w Norwegii albo wulkany na Islandii.

Pan A: Panie, ale to wszystko kosztuje, a zorzę polarną to ja widziałem i przeżyłem białe noce. Kiedy z ekipą pracowaliśmy na kontrakcie w bazie na Syberii. Panie, jakie łowiliśmy tam jesiotry i szczupaki! Nigdzie pan takich nie kupisz.

Pan B: A to musisz pan kiedyś o tym opowiedzieć. Zapraszam do siebie na kawę.

Pan A: A przyjdę, ale dopiero za tydzień. Teraz jeszcze sprzątam na działce.

#### 4. Rozmowa między promotorem a doktorantem

Promotor: Panie Janie, przeczytałem ten pierwszy rozdział i wydaje mi się, że to nietrafiona interpretacja. Wymaga dogłębnej korekty.

Jan: Dlaczego? Straciłem prawie rok na przygotowanie materiału i jestem przekonany, że wiem, o czym piszę, i jak mam to zrobić.

Promotor: Z pozycji czytelnika wygląda to tak, jakby pan powtarzał wciąż te same twierdzenia i nie posuwał się dalej w swoich analizach. Może pan jeszcze raz przeczyta swój tekst albo zrobimy to razem.

Jan: Nie zgadzam się z panem, profesorze. Uważam, że od początku próbuję logicznie uporządkować dotychczasowe stanowiska na ten temat, by później przejść do omówienia alternatywnych rozwiązań.

Promotor: Rozumiem pana intencje, ale tego wszystkiego nie widzę w pańskiej pracy. Dlatego proponuję albo wspólną lekturę, albo rozmowę nad innym ujęciem tego tematu.

Jan: Dziękuję za propozycje, ale muszę się sam zastanowić nad tym rozdziałem.

#### 5. Rozmowa w rodzinie o pieniądzach

Córka: Mamo, nasza Basia chce mieć prywatne lekcje rysunków, ona jest taka zdolna. Może nawet namaluje twój portret.

Matka: Ale przedtem ja mam opłacić jej kolejne lekcje, bo jest taka zdolna?

Córka: Mamo nie kpij, przecież my mamy inne wydatki, wiesz, jak teraz wszystko drożeje.

Matka: A te rządowe 800 plus?

Córka: To wydajemy na benzynę, bo Oliwkę podwozimy do szkoły.

Matka: Dobrze Martuś, rozumiem, że chcesz zapewnić dziecku najlepszy rozwój. Ale Oliwka ma kłopoty w szkole z nauką, więc po co zarzucać ją dodatkowymi lekcjami? Może najpierw poprawi stopnie, potem dopiero zobaczy, czy ma czas i ochotę na treningi, warsztaty ceramiczne, dodatkowe lekcje z angielskiego, jazdę konną.

Córka: Ale ty jesteś skąpiradło!

Matka: No cóż, ten typ tak ma. Nie bierz Martuś ze mnie przykładu i zaproś mnie do obiad. Jeśli masz czas i ochotę.

Do dobrych praktyk prowadzenia rozmowy należą: (1) rezygnacja z pewnych „konfliktogennych” tematów o znaczeniu drugorzędym dla podtrzymania kontaktów np. z sąsiadami; (2) unikanie agresji i konfliktu do momentu, aż ktoś stanie się celem niezasłużonych ataków słownych. Doświadczenie



wskazuje na to, że w pewnych okolicznościach warto rozmowę przełożyć na późniejszy termin. A zatem rozmawiamy, kiedy mamy z kim, kiedy mamy o czym i kiedy chcemy się dowiedzieć, co o myślą nasi rozmówcy – co przeżyli i czego doświadczyli.

W ramach dobrych praktyk nie należy zapominać ani o poczuciu humoru, ani o takcie towarzyskim, kierując się zdrowym rozsądkiem i pamiętając o tym, że od milczenia gorsze są tzw. rozmowy wymuszone.

## Abstrakt

### *Złe i moralnie dobre praktyki rozmowy*

Rozmowa jako forma komunikacji personalnej stanowi podstawę kontaktów indywidualnych, społecznych i kulturowych. Jej celem jest nie tylko wymiana informacji, opinii i idei, lecz także nawiązanie bliższych więzi poznawczych i emocjonalnych z rozmówcą. Relacje te są oceniane z perspektywy etycznej, biorąc pod uwagę zarówno dobre, jak i złe praktyki komunikacyjne. Praktyki te dotyczą sposobu, w jaki ludzie rozmawiają, treści rozmowy oraz jej skutków. Socjologowie i etycy wskazują na trzy negatywne postawy, które niekorzystnie wpływają na przebieg rozmowy oraz postawy rozmówców, czyli kłamstwo, manipulację i hipokryzję, każdą z nich w licznych wariantach. O dobrych praktykach komunikacyjnych decydują — oprócz szczerego i życzliwego podejścia do rozmówcy — unikanie konfliktów i agresji słownej na rzecz rozsądku i poczucia humoru. Rozsądek pozwala unikać drażliwych tematów, a humor i osobisty takt łagodzą spory oraz łagodzą negatywne emocje. W tekście przedstawiono scenki ilustrujące, jak w praktyce przebiegają rozmowy oparte na dwóch moralnych schematach: dobrych i złych.

**Słowa kluczowe:** dobre i złe praktyki, humor, kłamstwo, komunikacja, rozsądek, rozmowa, szczerłość, takt osobisty, życzliwość

# Abstract

## *Bad and Morally Good Practices of Conversation*

Conversation, as a form of personal communication, serves as a cornerstone for individual, social, and cultural connections. Its purpose extends beyond simply exchanging information, opinions, or ideas; it also seeks to foster deeper cognitive and emotional bonds with the conversation partner. These interactions are assessed from an ethical standpoint, recognizing both positive and negative communication practices. Such practices concern not only the manner of dialogue and content but also the effects of these exchanges. Sociologists and ethicists identify three harmful behaviors that disrupt the flow of conversation and negatively influence the participants' attitudes: lying, manipulation, and hypocrisy, each manifesting in various forms. Good communication practices, by contrast, are rooted in sincerity and kindness toward the conversation partner, promoting conflict avoidance and forgoing verbal aggression in favor of reason and a sense of humor. Reason allows for the avoidance of sensitive topics, while humor and personal tact help diffuse conflicts and reduce negative emotions. The text includes scenes illustrating how conversations unfold in practice, based on these two ethical frameworks: positive and negative.

**Keywords:** communication, conversation, good and bad practices, honesty, humor, kindness, lie, personal tact, reason