

Robert Piechowicz

Autentyczność w świecie wypowiedzi

Autentyczność jest cechą cenioną nie tylko przez filozofów. Świadczy o tym chociażby emocjonalne nacechowanie synonimów (i antonimów) wskazującego na nią słowa. Jednakże refleksja dotycząca komunikacji perswazyjnej wskazuje na to, że odpowiednie manipulowanie autentycznością ma niebagatelny wpływ na skuteczność przekonywania i namawiania. Opisanie związków pomiędzy autentycznością a skutecznością perswazji wymaga przede wszystkim zdefiniowania autentyczności w kontekście interakcji komunikacyjnych. Niniejszy artykuł poświęcony zostanie niektórym problemom, jakie nastrocza taka definicja.

W części pierwszej podjęta zostanie próba zdefiniowania pojęcia „wypowiedź autentyczna” w oparciu o codzienną praktykę językową. Część druga zawierać będzie omówienie problemów związanych z rozumieniem autentyczności jako wiarygodności, zaś wiarygodność wraz z warunkiem dotyczącym intendowanych przez nadawcę skutków wypowiedzi przedyskutowana zostanie w trzecim rozdziale. Rozdział czwarty zawierać będzie definicję, która wydaje się spełniać kryterium kolokacyjności w odniesieniu do uściślającego określenia autentyczności wypowiedzi.

Słownikowe rozumienie autentyczności i jego konsekwencje

Zgodnie ze *Słownikiem języka polskiego* autentyczny to prawdziwy, zgodny z rzeczywistością¹. Z kolei autentyczność jest rozumiana jako

¹ *Słownik języka polskiego*, red. M. Szymczak, t. 1, Warszawa 1978, s. 98.

cecha tego, co autentyczne, prawdziwe, pozbawione sztuczności i fałszu. Zgodnie z tym określeniem synonimami dla autentyczności są: prawdziwość i szczerłość, natomiast antonimami: fałszywość i sztuczność. Taka charakterystyka semantyczna pozwala na co dzień używać określenia „wypowiedź autentyczna” w charakterze określenia kwalifikującego wypowiedzi przytaczane i cytowane jako zgodne z ich oryginalnym sformułowaniem. Przykładowo zdanie głoszące, że:

Za obecne w artykule autentyczne wypowiedzi respondentów redakcja nie bierze odpowiedzialności

sugeruje, że artykuł zawiera wypowiedzi nie poddane redakcyjnej obróbce.

Drugi przypadek wykorzystania wskazanego rozumienia autentyczności ma charakter wartościujący. Przypisanie jakiejś wypowiedzi cechy autentyczności jest w tym rozumieniu równoważne uznaniu jej za prawdziwą. Jest tak chociażby w następujących przykładach:

Słowa Zenka były autentyczne. Faktycznie było tak, jak to opisał.

Zeznania świadka były spójne, nie ma więc podstaw do uznania ich za nieautentyczne.

Jego wypowiedź była autentyczna, bo inni mówili tak samo.

Oczywiście w poszczególnych przykładach założona jest inna koncepcja autentyczności. W pierwszym autentyczność wypowiedzi jest rozumiana jako korespondencja z faktami. Przypadek drugi – podpadający pod problem identyfikowania wypowiedzi kłamliwych – odwołuje się do koherencji, trzeci natomiast do konsensusu jakiejś grupy osób.

Biorąc pod uwagę omówiony sposób użycia zwrotu „wypowiedź autentyczna”, zasadne wydaje się określenie:

Dana **wypowiedź** jest **autentyczna** wtw jest prawdziwa.

Jednak ta, zgodna z codzienną praktyką językową, definicja jest kłopotliwa co najmniej z trzech powodów. Po pierwsze, wynikające z definicji rozumienie zwrotu „wypowiedź autentyczna” jest uwikłane filozoficznie, dziedziczy ono bowiem wszelkie problemy związane z pojęciem prawdy. Wystarczy wspomnieć zagadnienie definicji prawdy, różnicy pomiędzy definicją prawdy i kryterium prawdy, zagadnienie nośników prawdziwości czy też sporu pomiędzy realistami

i antyrealistami². Po drugie – jako definicja leksykalna – ma niewielką moc eksplanacyjną. Wskazuje ona jedynie na synonimiczność zwrotów „wypowiedź autentyczna” oraz „wypowiedź prawdziwa”. Co więcej, równość zakresów obu pojęć jest wątpliwa. Kwalifikacja „to było nieautentyczne” może być stosowana wobec tych komunikatów, za których prawdziwość (niezależnie od kryteriów prawdziwości) nadawca ręczy. Jest tak chociażby w przypadku, gdy zakłopotany stresującą sytuacją ślubu, mężczyzna odpowiadając na pytanie kapłana (lub urzędnika) wypowiada smętne:

Tjaaa...

Dlatego, po trzecie, zaproponowana definicja nie uwzględnia kontekstu wypowiedzi, w szczególności tej ich części, którą stanowią przekonania.

Autentyczność jako wiarygodność

Z wymienionych powodów należy zredefiniować zwrot „wypowiedź autentyczna”. Przygotowaniem do nowej propozycji będzie zaś następująca regulacja:

Wypowiedź jest wiarygodna dla danego użytkownika, gdy jest niesprzeczna z jego systemem przekonań.

Występujące w definicji słowo „niesprzeczność” rozumiane jest inaczej niż w metalogice. Przykładowo z zespołem przekonań dziennikarzy pracujących w pewnej rodzimej stacji telewizyjnej niesprzeczna okazała się wypowiedź:

Ks. prof. Michał Heller jest filozofem i astrologiem,
jak też:

Ks. prof. Michał Heller jest filozofem i astronomem, nie zaś astrologiem.

Przypadek dziennikarskiej gafy i jej (cokolwiek opóźnionego) sprostowania wskazuje na to, że trudno jest – oczywiście na rzecz-

² Zob. A. Grobler, *Pomysły na temat prawdy i sposoby uprawiania filozofii w ogóle*, Kraków 2001; B. Chwedeńczuk, *Spór o naturę prawdy*, Warszawa 1984.

wej podstawie – ocenić wiarygodność komunikatu dotyczącego tematu, który znajduje się poza zespołem przekonań odbiorcy. Z tego względu, tak jak w logice racjonalnego podmiotu, niesprzeczność jakiegoś zdania z czyimiś przekonaniem to tyle, co brak przekonania tego kogoś o prawdziwości zdania sprzecznego z danym.

Zgodnie z zaproponowanym rozumieniem zwrotu „wypowiedź wiarygodna” zaryzykujemy określenie:

Wypowiedź jest **autentyczna** dla danego użytkownika języka w twm jest dla niego wiarygodna.

Niestety, wprowadzone określenie również nie jest zadowalające. Przede wszystkim występuje w niej enigmatyczne pojęcie użytkownika języka. Ta sama wypowiedź może być rozmaicie zakwalifikowana stosownie do tego, czy użytkownikiem będzie jej nadawca, adresat, czy też postronny odbiorca. Ponadto z wskazanych trzech punktów widzenia w kwestii autentyczności wypowiedzi szczególnie uprzywilejowany wydaje się ten, który należy do nadawcy. W interakcji komunikacyjnej jest bowiem trudne, a niekiedy niemożliwe, wzięcie odpowiedzialności za to, w jaki sposób adresat (odbiorca) wypowiedzi ustosunkuje się do niej. Przykładowo, gdy trzylatka oznajmia nam z namaszczeniem, że:

Odczuwam lekki dyskomfort w trakcie chodzenia, więc czy byłby Pan łaskaw poprawić mi obuwie?

dojdziemy do wniosku, że jej wypowiedź nie brzmi autentycznie. Tymczasem na naszej drodze mógł stanąć geniusz zaczynający eksplorowanie świata za pomocą perfekcyjnego opanowania języka ojczystego.

Drugim mankamentem rozumienia autentyczności jako wiarygodności dla użytkownika jest – wielokrotnie wskazywany w literaturze przedmiotu – problem sposobów przenoszenia informacji w wypowiedziach³. Wypowiedź autentyczna nie powinna powodować powstania u adresata przekonań fałszywych na podstawie stowarzyszonych z nią presupozycji lub implikatur. Właściwe sformułowanie komunikatu to powinność nadawcy. Oczywiście nie ma on możliwości kontrolowania tego, jaki rezultat w światopoglądzie

³ Por. A. S. Wójcik, *Jak ludzie kłamią, mówiąc prawdę?*, [w:] E. Żarnecka-Biały, I. Trzcieńska-Schneider, *Komunikaty i argumenty*, Kraków 2003.

adresata wywołają wypowiedziane przez niego słowa. Jest tak chociażby wówczas, gdy niezbyt rozgarnięty student zagadnięty przez dziekana na temat przebiegu zajęć odpowiada:

Doktorek coś namącił i naściemniał.

Jeżeli dziekan hołduje niezbyt pochlebnej opinii dotyczącej sposobu realizacji posługi dydaktycznej przez danego pracownika, to mimo tego, że wypowiedź jest wiarygodna dla nadawcy, zaś jej merytoryczne mankamenty odzwierciedlają braki merytoryczne studenta, a nie prowadzącego, prawdopodobnie przyczyni się ona do ugruntowania złego mniemania o osobie dydaktyka.

Autentyczność a przekonania nadawcy

Brak możliwości sprawowania kontroli nad ewolucją systemu przekonań adresata, nie zwalnia jednak nadawcy z obowiązku tworzenia komunikatów, które – jego zdaniem – takiej ewolucji nie spowodują. Innymi słowy:

Dana **wypowiedź** jest **autentyczna** wtw

1. jest wiarygodna dla nadawcy oraz
2. nadawca jest przekonany, że nie spowoduje ona powstania u odbiorcy przekonania nieadekwatnego.

Jak już zostało wspomniane, faktyczny rezultat danego komunikatu nie musi być taki, jak zamierzony przez nadawcę. Druga, poważniejsza, trudność dotyczy przekonań nadawcy co do przekonań adresata. Umiejętność przewidywania skutków wypowiedzi wymaga spełnienia warunku, zgodnie z którym stan przekonań adresata (wzgl. istotna z punktu widzenia danej interakcji komunikacyjnej część przekonań) jest nadawcy znany. Oczywiście nieznaną nieznajomość światopoglądu rozmówcy nie skazuje nikogo na komunikacyjną katastrofę. W szczególności, skoro nadawca nie może brać odpowiedzialności za to, co zrodzi się w umyśle adresata, nadana przez niego jakiegokolwiek wypowiedzi kwalifikacja „nieautentyczne” nie musi być uzasadniona. Niemniej nadawcy często grzeszą jakimś rodzajem egocentryzmu, przypisując swoim interlokutorom taki światopogląd, jakiemu sami hołdują, dziwiąc się jednocześnie nieprzewidywanym reakcjom ze strony adresata. Jeśli czyjś zespół przekonań składa się, między innymi, z poglądów postaci:

Nie jestem seksistą;

Śmieszą mnie dowcipy o kobietach,

to może być niemiło zaskoczony, gdy opowiedziawszy niewybredny dowcip o blondynkach, usłyszysz pod swoim adresem:

Ty seksistowski draniu!

Problem trzeci dotyczy relatywizacji wypowiedzi do związanego z nimi kontekstu oraz osoby adresata. Duża liczba czynników zakłócających komunikację, niedostateczna ilość czasu, negatywne nastawienie adresata czy też brak merytorycznego przygotowania z jego strony wymagają dość znacznych modyfikacji formy, a nie rzadko także treści komunikatu. W związku z tym pojawia się problem dopuszczalnych – ze względu na dystynkcję „wiarygodne/niewiarygodne” – granic modyfikowania wypowiedzi. Czy chociażby osoba, która, chcąc przeforsować pewną inwestycję, mówi do wójta:

Wdrożenie w życie naszego projektu zaprocentuje w niedalekiej przyszłości wzrostem dochodów okolicznych mieszkańców,

zaś na spotkaniu z autochtonami:

No chłopcy, trza to zrobić, aby zarobić!

w obu przypadkach utworzyła wypowiedzi autentyczne (zgodnie z aktualnie diskutowanym określeniem)? Pozytywna odpowiedź na to pytanie nie pozwala jednak rozstrzygnąć tego, na jakiej podstawie nadawca tak, jak w przykładzie dobrał sposób przekazu do odbiorcy. Z tego względu definicja pojęcia „wypowiedź autentyczna” wymaga kolejnej modyfikacji.

Zakończenie:

autentyczność a konstrukcja wypowiedzi

Uwzględnienie specyfiki sytuacji, w której dokonywana jest interakcja komunikacyjna czy też osoby adresata, prowadzi do następującego określenia:

Wypowiedź jest autentyczna wtw

1. jest wiarygodna dla nadawcy,
2. nadawca przestrzega reguł konwersacji oraz
3. nadawca jest przekonany, że nie spowoduje ona powstania u odbiorcy przekonania nieadekwatnego.

Wprowadzona definicja nie jest oczywiście pozbawiona mankamentów. Przede wszystkim dziedziczy ona pierwszy i drugi z problemów, które stowarzyszone były z poprzednim określeniem. A zatem nie rozwiązuje problemu różnicy pomiędzy rezultatem zamierzonym przez nadawcę a tym, który ma miejsce, jak również nie rozstrzyga tego, czy przekonania nadawcy co do światopoglądu adresata (i wynikających z niego reakcji) są uzasadnione.

Ponadto zaproponowane określenie może się wydawać redundantne. Jeśli bowiem pojęcie „reguły konwersacji” zostanie zinterpretowane jako Reguła Współpracy Grice’a, to punkt pierwszy i trzeci okazują się zbędne. Jednakże w podanym określeniu celowo nie uszczegółowiono tego pojęcia. Nadawca bowiem, zamiast Reguły Grice’a może używać Reguł Grzeczności Leecha, które nie gwarantują (przynajmniej wprost) ani wiarygodności komunikatów, ani oczekiwań nadawcy co do ich rezultatu⁴. Brak odpowiedniego uszczegółowienia może jednak narazić zaprezentowane rozstrzygnięcie na zarzut rozmycia znaczenia zwrotu „wypowiedź autentyczna”. Mielibyśmy bowiem wypowiedzi autentyczne w sensie Grice’a, w sensie Leecha tudzież w sensie kogokolwiek, kto sformułował jakieś reguły rządzące codzienną wymianą komunikatów. Jednakże takie rozmycie prawdopodobnie występuje na co dzień i jego konsekwencją są różnice, między innymi, w kwalifikowaniu wypowiedzi jako autentycznych. Ponadto, ze wskazanego rozmycia nie wynika, że któreś z tych rozumień autentyczności jest wyróżnione. Niemniej oba problemy wykraczają poza skromne ramy niniejszego artykułu. Jak bowiem wskazano we wstępie, jego celem było przyjrzenie się problemom, które pojawiają się, gdy intuicyjnie rozumiany zwrot „wypowiedź autentyczna” poddamy krytycznej analizie.

⁴ Por. P. Grice, *Logika i konwersacja*, „Przegląd Humanistyczny”, 1977, z. 6; G. Leech, *Principles of pragmatics*, London – New York 1983.