

Neformalioji komunikacija. Gando kaip kultūros reiškinių tyrinėjimo teorinių priedų perspektyvos

VALDAS PRUSKUS

Vilniaus Gedimino technikos universitetas, Filosofijos ir politologijos katedra, Saulėtekio al. 11, LT-10223 Vilnius

El. paštas: politologija@vgtu.lt

Straipsnyje aiškinamasi, kokių mastu gando prigimties specifika nulemia jo tyrimo teorinių priedų galimybes. Parodoma, kad gando kaip kultūros reiškinių tyrimo galimybes apunkina jo rekonstravimas – autentiško gando ir jo turinio (pagrindinės minties) atkūrimas. Gando informacija apie asmenį, įvykį tampa socialiai pastebima (reikšminga) tik tarpasmeninio bendravimo kontekste. Tačiau kol ši informacija neparduota, tol ji nėra reikšminga kaip socialiai pastebimas įvykis. Gando informacijos perdavimas galimas tik esant, viena vertus, ypatingam kontaktui tarp informacijos perdavėjo ir priėmėjo, pasižyminčiam priimamumu ir atlaidumu dėl jos nepakankamo pagrįstumo, kita vertus, ir atitinkamoms perdavimo procedūroms, kurios leistų transformuoti gautą informaciją į atitinkamas žinojimo formas, universalias ir suprantamas įvairiems sluoksniams ir socialinėms grupėms. Būtent tai ir sudaro prielaidas gando kaip kultūrinio reiškinių tyrinėjimo daugiaspektiškumui, o patį gandą daro tarpdalykinio tyrimo (filosofinio, sociologinio psichologinio ir komunikacinio) objektu.

Raktažodžiai: neformali komunikacija, gandas, filosofinis, sociologinis, komunikacinis, psichologinis gando aiškinimas, gando rekonstravimas, gando raiškos ypatumai

ĮVADAS

Gandai – tarpasmeninio bendravimo metu perduodama neformali informacija, kuri nėra patikrinta, bet atrodo gana įtikima ir patraukli. Šis kultūros reiškinys pasižymi tam tikru visuotinumumu, kadangi yra paplitęs visose kultūrinėse bendruomenėse, apima įvairias socialines grupes ir profesijas, tik jų inlumas gandams yra skirtingas.

Paplitimo mastui įtakos turi tautos kultūrinis mentalitetas, papročiai, tradicijos, taip pat tokie veiksniai kaip amžius, išsilavinimas ir tradicijos. Gandų poveikis ryškus: jie gali pakeisti žmonių nuostatas, sukelti įtampą įvairiose gyvenimo srityse. Ypač paveikūs yra politiniai ir ekonominiai gandai – žiniasklaidos multiplikuojami jie tampa efektyvia politinės ir ekonominės kovos priemone. Todėl gandai kaip kultūros reiškinys, darantis nemažą įtaką individui ir visuomenei, sulaukia vis daugiau tyrėjų dėmesio, nors gando sąvoka suprantama nevienodai.

Pasak socialinės filosofijos atstovų, gandai yra masinės sąmonės raiška. A. S. Achiezeerio teigimu, gandai kuriami, kai visuomenė, remdamasi savo subkultūra, stengiasi perimti naujoves ir tolydžiai reprodukuoti pasaulio vaizdą taip, kad galėtų jame veikti. Jis pateikia tokį apibrėžimą. „Gandai – nuolatinė masinės sąmonės įvykių aiškinimo sistema, atitinkanti

istoriškai susiklosčiusį mentalitetą. Tai – neoficiali bendravimo forma didelėje bendrijoje, nuolatinis įvykių interpretavimas, kuriam būdinga komfortiška ar diskomfortiška būsena, paslaptingas daugelio šnabždesys, formuojantis visuomenėje tokią dvasinę atmosferą, prieš kurią tampa bejėgė ir informacijos sistema, ir kraštutiniai masinio teroro metodai“ (Ахиезер 1991).

Amerikiečių sociologas T. Shibutani teigia, kad gandai yra „patikimų pranešimų“ pildymas iš neformalių šaltinių. Baras, kavinė, kirpykla yra tos bendravimo vietos, kuriose dažniausiai platinama neformali informacija apie asmenis ir įvykius, keliančius visuomenės susidomėjimą. Tokiose vietose gauta informacija tampa itin reikšminga, nes dažnai ji formuoja mūsų nuostatas ir apsisprendimus. Taigi gandai sklinda ir iš formalių, ir neformalių šaltinių (Shibutani 1966). Nors neformalus informacijos šaltiniai yra antriniai, tačiau jų poveikis didelis. Kartais gautos neoficialios informacijos naujienos gali nurungti oficialiąsias.

Sociologinį gandų aspektą labiau pabrėžia N. Smelseris. Pasak jo, gandai yra susiję su kolektyviniu minios elgesiu, dažniausiai stichiniu, neorganizuotu. Šiuo atveju gandai tampa labiausiai paplitusiu bendravimo būdu. Gandai suteikia reikšmės situacijai, kurios žmonės nesupranta, ir padeda jiems pasirengti veiksmui (Смельсер 1994). Pasak N. Smelserio, minios keitimasis neformalia informacija yra svarbiausias gando sklidimo elementas.

P. Bordia ir N. Difozo nuomone, „gandai yra kolektyvinis būdas keistis socialiai reikšminga informacija“ (Bordia, Difozo 2006). Skirtingai nuo tradicinių gandų apibrėžimų, kurie remiasi teisingos ir neteisingos informacijos prieštara, J. N. Karpfereris atkreipia dėmesį į jų neoficialų šaltinį. Pasak jo, „gandas – informacijos atsiradimo ir sklidimo visuomenėje procesas, kai ji dar nepatvirtinta oficialių šaltinių arba jau paneigta“ (Karpferer 1987).

Taigi apibrėžimuose akcentuojami skirtingi dalykai, ir tą nulemia mokslo sričių atstovų (filosofų, sociologų, komunikacijos) pozicija. Tokia interpretacijų įvairovė verčia įdėmiau įsižiūrėti į gandą kaip kultūros reiškinių, jo esmę ir tyrimo galimybes.

Lietuvoje šis fenomenas dar menkai tyrinėtas iš dalies ir dėl pačios gando prigimties, ir dėl raiškos atpažinimo ypatumų. Pastaraisiais metais žurnaluose *Santalka: Filosofija ir Komunikacija*, *Limes: Borderland Studies (Creativty Studies)*, *Filosofija. Sociologija* paskelbti lietuvių komunikacijos tyrėjų T. Mitkaus (2012), T. Kačerausko (2010, 2013, 2014), A. Juzefovič (2013a, 2013b), Ž. Pečiulio (2012), K. Kirtiklio (2012), G. Scecsi (2013) ir kt. darbai sudaro palankias prielaidas giliau pažinti šį fenomeną.

Šio straipsnio tikslas – pasiaiškinti, koku mastu gando prigimties specifika nulemia jo tyrimo galimybes (teorines žiūras, jų parinkimą).

GANDO REKONSTRAVIMAS

Gandai gyvuoja šalia mūsų, jie yra nuolatiniai mūsų neformalaus bendravimo palydovai, jo neatskiriama dalis. Jų teikiama informacija įvairi, papildanti ir aiškinanti sudėtingus dalykus visiems prieinamu ir suprantamu būdu bei priemonėmis. Kita vertus, kiekvienas, gaunantis šią informaciją, ją suvokia savaip, todėl jos turinį kritiškai įvertina ir perduoda kitiems jau gerokai pakeistą.

Tyrimui pirmiausia būtinas tikslus tyrimo objekto apibrėžimas. Reiškinių reikia tirti jo funkcionavimo kontekste ir toje aplinkoje, kurioje jis gali būti moksliskai paaiškinamas. Tačiau moksliskai tirti ir aiškinti gandus gana keblu, mat mokslas remiasi prielaida, kad kiekvieną reiškinį galima paaiškinti remiantis racionaliais argumentais. Būtent taip ir aiškina sociologai įvairius socialinius reiškinius – stengiasi nustatyti jų priežastis, išplitimo mastą ir visuomenės vertinimą. O gandai, kad ir persmelkę visą mūsų kasdienį gyvenimą, negali

būti nagrinėjami pagal racionalius mokslinius argumentus, nes jie reiškia „šalutinio pažinimo lygmenį“ ir yra susiję su tokia savo egzistavimo erdve, kuri sunkiai apčiuopiama ir negali būti tiksliai apibūdinta. Taigi moksliai tiriant gandas reikia įveikti du sunkumus.

Pirmas sunkumas. Negalimas gando autentiškas rekonstravimas. Gandas yra kasdieninio gyvenimo realija, kurios negalima rekonstruoti, nes neįmanoma atkurti situacijos, kurioje gandas gyvavo ir plito neformalaus bendravimo lauke. Kitaip tariant, neįmanoma tiksliai atkurti to bendravimo atmosferos ir autentiškos socialinio gyvenimo terpės, kaip negalima du kartus įbristi į tą pačią upę.

Čia tyrėjams (sociologams) iškyla dilema. Mokslui reikia nagrinėti ir atskleisti kiekvieną neaiškų reiškinį, taigi ir gandas. Kadangi tyrimo objektas – gandas – nėra akivaizdus ir negali būti autentiškai rekonstruotas, kyla pavojus prarasti tyrimo objektą.

Tenka rinktis: ar išvis atsakyti moksliai tirti gandą, ar pamėginti nustatyti gandų struktūrą, bendriausius jų funkcionavimo dėsningumus ir jais remiantis tirti konkrečius atvejus, pagaliau aprašyti gandas mokslinėmis kategorijomis. Šis kelias būtų perspektyvus.

Antras sunkumas. Gando turinio (pagrindinės minties) neišreiškiamumas ir neakivaizdumas. Esmė ta, kad socialiniai mokslai tiria reiškinius, kuriuos gali tiksliai aprašyti, nes jų tyrimo objektas yra aiškus. Gando turinys (pagrindinė jo mintis) priklauso nuo priėmėjų mentaliteto, jų kūrybiškumo absorbuojant tarpasmeninio bendravimo metu neformalią informaciją bei interpretacinių gebėjimų, taip pat nuo nuolat besikeičiančio socialinio konteksto, kuriame tie informaciniai mainai vyksta. Taigi tas gando turinys negali būti iki galo aiškiai ir tiksliai apibrėžtas ir įvardytas. Jis visada lieka neišbaigtas, neišsakytas, lieka tam tikra paslaptimi. Būtent šis jo ypatumas ir daro gandą patrauklų ir kartu pavojingą.

Gandas patrauklus tuo, kad sudaro mums galimybę gauti vis naujos, papildomos informacijos apie mums rūpimus asmenis ir įvykius ir taip juos visapusiškiau ir kritiškiau vertinti. Kartu pavojingas tuo, kad jo teikiama informacija remiasi nepatikrintais, neaiškiais ir nepatikimais šaltiniais. Juk neformalios komunikacijos erdvėje sklindanti žinia pirmiausia yra subjektyvus tarpasmeninio bendravimo patirties dalykas. Taigi yra nepagrįsta. Tai sudaro prielaidas susidaryti iškreiptą vaizdą apie realią dalykų padėtį ir apsunkina galimybę priimti pamatuotus sprendimus. Kita vertus, nebuvimas efektyvios gandų socialinės kontrolės (apskritai sunkiai įgyvendinama užduotis), galinčios valdyti tokių naujienų plitimą, sudaro palankią dirvą įvairioms suinteresuotoms grupėms panaudoti gandas kaip visuomenės socialinės kontrolės priemonę kryptingai skleidžiant atitinkamo turinio nepatiktą informaciją. Savo ruožtu tokios informacijos skleidimo greitis ir tankis, nesant pakankamam atsparumui, gali turėti negatyvių pasekmių individo ir visuomenės socialinei raidai.

Tad nenuostabu, kad gandams vis dažniau dėmesį skiria įvairios sociologijos mokslo kryptys – miesto, bendruomenių, šeimos, profesijų, socialinių grupių ir organizacijų, teisės sociologija, taip pat teisės antropologija, socialinė psichologija, sociopatologija ir, žinoma, kalbos sociologija. Tačiau daugeliu atvejų šių mokslo krypčių atstovai apie gandas kalba probėgomis, lyg tarp kitko. Sociologinėje literatūroje gandai dažniausiai pristatomi kaip tipiškas marginalinis fenomenas. Jis pastebimas, tačiau ties juo dėmesys nėra detaliau koncentruojamas. Mat gandas reprezentuoja marginalizuotą kasdieninio bendravimo formą, kuri, kaip matėme, negali būti socialinių mokslų vienareikšmiškai apdorota ir suprasta.

Gana plačiai paplitusi nuostata, kad individo ir visuomenės gyvenime yra daug svarbesnių dalykų nei gandai. Būtent jie ir verti tyrėjų dėmesio. Be to, socialiniai mokslai privalą turėti aiškų autonomišką, tinkamą, dalykišką ir svarbų tyrimo objektą, kuriam būtų galima taikyti mokslinę tyrimo metodologiją.

Gandų tyrimo atveju tai padaryti sunku. Problemiškas yra pats tyrimo objektas – gandas. Jis nepasižymi autonomiškumu, nes yra individų tarpasmeninio bendravimo, keitimosi informacija vaisius, kuris nuolat aplimpa vis naujomis interpretacijomis.

Kita vertus, problemišku tampa ir informacijos apie šį fenomeną (gandą) rinkimas. Klausimų ir atsakymų metodas čia netinka, kadangi pats tyrėjas, užduodamas klausimus, kartu teikia apklausiamiesiems informaciją, jų suvokiama kaip „išgytą informaciją“ (t. y. gandą), kurios patikimumas dar nepatikrintas. Tai labai apsunkina gando tyrimo lauko nustatymą.

Tačiau, atrodo, išeitis yra – gandų fenomenas gali būti apibrėžtas ir tiriamas kreipiant dėmesį į jo funkcinę išraišką ir atributiką. Juk pagrindinė gando funkcija – socialinis atsiskyrimas ir atstumo nuo žinomų, viešai priimtinių dalykų išlaikymas, taip pat siekis sukelti žmogui norą gauti papildomos informacijos apie jam rūpimus asmenis ir įvykius, o ne ją paneigti. Taigi gando fenomene vertinamasis komponentas yra gana ženklus. Būtent šis atstumo išlaikymas ir atsiskyrimas nuo žinomų dalykų bei papildomos, „tikresnės“ informacijos apie turimą oficialią informaciją pateikimas, igyjantis konkrečią žmonių elgesio ir veiksmų išraišką (*kas, ką, kaip ir kam tai daro*), ir gali tapti tyrimo objektu.

Tačiau šios „tikresnės“, papildomos informacijos įvardijimas ir apibūdinimas yra viena, o jos plitimas ir sąlyginai savarankiškas „gyvenimas“ kasdieniniame žmonių tarpusavio bendravimo kontekste (jos raiška praktikoje) yra visai kas kita. Galima pasakyti ir taip: gandas yra kasdieninės individų neformalios tarpasmeninės komunikacijos padarinys, kuris gali gyventi ir būti suprastas tik šiame kontekste.

GANDO RAIŠKOS ATPAŽŪSTAMUMO YPATUMAI

Gandas pasižymi tuo, kad, viena vertus, jis yra tam tikras žinojimas (*informacija apie*), kita vertus, tai – komunikacija (perdavimas) to *žinojimo apie* kitam tarpasmeninio bendravimo metu. Taigi jis gyvas ir įtakingas tiek, kiek šis procesas yra darnus.

Gandai liečia įvairius socialinius fenomenus ir patys yra praeities fenomenai ta prasme, kad jie jau yra tapę faktu. Todėl gandai gali būti rekonstruojami ir tiriami kaip konkretūs socialiniai faktai. Tokiu atveju galima aprašyti gando raiškos „formaliąsias“ formas, nusakančias gandą ir leidžiančias jį atpažinti. Tačiau nedera užmiršti, kad gandas yra neatsiejamas nuo konkrečios veiksmų situacijos, socialinės terpės, jį skleidžiančių ir priimančių žmonių patirties. Vienas dalykas yra kalbėti apie gandą kaip kasdieninį bendravimo fenomeną ir nagrinėti jo raiškos antrines formas (formalias apraiškas), kitas dalykas – gando aktualizacija, konkreiti situacija, kurioje jis reiškiasi ir „gyvena“.

Pirmuoju atveju, nagrinėdami gandus kaip tam tikrą informacijos perdavimo ir įsisavinimo „formą“, mes galime aprašyti jų funkcijas, juos tipologizuoti, interpretuoti ir aiškinti, tačiau tai mažai siesis su gando aktualizacija, kurios metu jis yra atpažįstamas ir priimamas. Būtent ji yra tikrasis gando gyvenimas, jos dėka jis nuolat igyja vis naujų atspalvių, kuriuos lemia vis nauji gando priėmėjai ir perdavėjai, nuolat papildydami jo turinį ir keisdami pateikimo formas. Todėl gandas nuolat kinta, o jo tyrimas sunkiai įmanomas.

Tad sociologams lieka viena – tirti antrinę (formalųjį) gandų kontekstą, jų paliktus pėdsakus žmonių bendravime, tuos pėdsakus bandyti suklasifikuoti (gandų tipologizacija), juos interpretuoti nustatant poveikio mastą atskiroms socialinėms grupėms ir jų imlumą gandams. Kitaip tariant, bandyti sukurti darnią teiginių apie gandus sistemą, kuri padėtų atsakyti į klausimus: kaip informacija virsta gandais, kaip juos būtų galima atpažinti ir kaip atsitinka, kad žmonės patys tampa gandų kūrėjais ir nešėjais, kur glūdi gebėjimas informaciją paversti gandais?

Gandus galime tirti kaip neformalios komunikacijos formą, kuri bendravimo dalyviams suteikia galimybę papildyti savo turimą informaciją papildomomis, tegul ir nepatikrintomis, žiniomis ir tą savo supratimą apie asmenį ar įvykį transformuoti. Tačiau šio bendravimo metu papildoma „nauja“ informacija nėra pagrindžiama jokia vaizdo, garso ar rašytine medžiaga arba kitaip dokumentuojama. Taigi ji negali būti atpažinta, kadangi nepalieka jokių pėdsakų, kuriuos būtų galima identifikuoti ir įvardyti teikiamos informacijos šaltinį ir jos patikimumą.

Nepaisant to, gando teikiamos informacijos „neformalumas“ vis dėlto yra socialinis dalykas, kadangi jos poveikis individui ir visuomenei yra neabejotinas ir, deja, dažnai negatyvus. Problema ta, kad gandas yra sunkiai atpažįstamas, todėl svarbu išskirti esminius jo raiškos ypatumus, kurie padėtų atpažinti šį fenomeną. Kita vertus, ta raiška gali tapti empirinių tyrimų šaltiniu. Savo ruožtu tai sudarytų prielaidas visapusiškesniam šio fenomeno atpažinimui ir pažinimui (ir analizei).

Amerikiečių sociologas A. Bergmanas siūlo į gandą pažvelgti penkiais požiūriais, kurie padeda išskirti esminius jo raiškos ypatumus ir atpažinti šį fenomeną (Bergman 1993).

Pirma. *Naujas ir nepatikrinamas informacijos papildymas*. Esmė ta, kad bet kokios informacijos perdavimo ir priėmimo procese galimi nukrypimai, kurie susiję su individų skirtingu to paties dalyko suvokimu. A. Bergmanas tai vadina „bazine klaida“, kuri turi įtakos bendram dalyko suvokimui.

Kita vertus, gautos informacijos aiškinimasis, jos suvokimas iš esmės reiškia jos transformaciją į individui pažinį ir priimtą formą (pavidalą), o tai savo ruožtu taip pat neužtikrina informacijos tikslumo. Taigi bet kokia diskusija ar informacijos pasikeitimas tarp draugų nėra visų tame dalyvaujančiųjų vienareikšmiškai suvokiama ir priimama. Ji visada lieka atvira interpretacijoms, todėl gali tapti maitinančia terpe gandai atsirasti. Tačiau ne bet koks šeimos narių pokalbis ar draugų pasidalijimas neformalia informacija automatiškai gali tapti gandu.

Tam, kad gauta neformali informacija taptų gandu, ji būtinai turi būti šiek tiek papildyta nauja informacija. Kitaip tariant, perteiktoji informacija turi kalbėti apie kitų žmonių veiklos naujienas, kurios dar nėra plačiau žinomos, bet kartu nėra ir patikimos, patikrintos. Būtent tokia neformali informacija ir gali būti atpažinta kaip gandas. Kitas ne mažiau svarbus dalykas – informacijos gavimo vieta.

Antra. *Informacijos gavimo vietos privatumas*. Reikalas tas, kad bendraudami ir teikdami neformalią informaciją žmonės nelinkę sakyti, jog tai nėra visiškai patikrinti ir patikimi faktai. Prieš kameras jie sako tai, kas yra daugiau ar mažiau tikrai žinoma apie asmenį ar įvykį. Taigi ta informacija atrodo patikima. Tačiau išjungus kameras, žmonės linkę pasidalyti ir savo pastabomis, pateikti savas reiškinio interpretacijas.

Taigi yra pagrindo teigti, kad gandai reikalinga tam tikra „privatumo erdvė“, kurioje jis gali būti perduotas ir priimtas. Tai reiškia, kad tai „privatumo erdvė“ reikia iš joje dalyvaujančių asmenų ir tam tikros „privatumo kultūros“. Pastaroji reiškiasi individo sugebėjimu ne tik atpažinti tokią informaciją, bet ir priimti bei „įsisavinti“ užmirštant ar nekreipiant dėmesio į jos patikimumą ir jos skleidėją (Kačerauskas 2010). Tiesiog ją priimti.

Gandų gavimo vieta gali būti įvairi – darbovietė, mokymo įstaiga, žiniasklaida, politikų, verslininkų sambūriai, klubai ir pan. (apie tai plačiau kalbama 6 skyriuje).

Nepaisant subjektų, galinčių tapti potencialiais gandų priėmėjais, profesinių skirtumų, pats informacijos perdavimas ir priėmimas visada pasižymi tam tikru privatumu ir asmeniškumu. Pridursiu – ir tam tikru paslaptinumu, abipusiu nesakytiniu įsipareigojimu saikingai naudotis suteikta informacija.

Trečia. *Informacijos priėmimas*. Esmė ta, kad pateikiama neformali informacija turi būti atpažįstama. Tai reiškia, kad ji (gandas) privalo turėti atitinkamą gana stabilią formą, raiškos pavidalą, dėl kurio komunikacijos dalyvių yra atpažįstama. Tačiau toji forma neturi kažkuo ypatingai išsiskirti. Kitaip tariant, jos (gando) pateikimo, atpažinimo procesas turi būti toks pat, kaip ir bet kokios kitos oficialios informacijos. Būtent tai ir užtikrina gando „priėmimą“, neužkliuvimą, kitaip tariant – pralaidumą. Būtent tas pralaidumas, kuris gandą daro niekuo neišsiskiriantį iš kitokios informacijos ir kartu galintį būti joje nesunkiai atpažintą, kaip tik ir suteikia jam, viena vertus, gyvybingumo, daro jį neįveikiamą, kita vertus, sunkiai išskiriamą iš komunikacijos proceso, siekiant jį identifikuoti.

Tas faktas, kad žmonės atpažįsta ir priima gandus, rodo, kad jie intuityviai atpažįsta ir jų struktūrą bei funkcionavimą. Tad galima spėti, kad gandas kaip neformalios komunikacijos forma, kaip ir formalios komunikacijos fenomenai, pasižymi panašia organizacine struktūra, turi panašų informacijos perdavimo ir priėmimo mechanizmą, nors dėl perduodamos informacijos ypatingumo ir pasižymi tam tikru savitumu (apie tai plačiau kalbama 5 skyriuje).

Ketvirta. *Informacijos neapibrėžtumas ir pateikimo spontaniškumas*. Formali informacija paprastai pateikiama viešai ir grindžiama moksliniais argumentais, statistikos duomenimis ir pan. Mokslinis pagrindimas, informacijos teikėjo autoritetas ir argumentų patikimumas šiuo atveju yra svarbiausi dalykai. Būtent su jais siejama tokios informacijos sėkmė.

Visai kitokia minėtų dalykų svarba gando atveju: čia nors ir turi reikšmę neformalios informacijos teikėjo statusas ir autoritetas, tačiau ne tokią ryškiai kaip oficialios informacijos teikimo atveju. Informacijos mokslinis pagrindimas ir argumentų racionalumas taip pat nėra itin svarbūs. Kaip bebūtų keista, bet didžiausią reikšmę įgyja būtent informacijos neapibrėžtumas, galimybės ją patikrinti nebuvimas ir jos pateikimo spontaniškumas, kuris daro įmanomą greitą jos plitimą visuose visuomenės sluoksniuose. Būdamas toks visaapimantis, nepatikrinamas gandas tampa savotiška totalia grėsme, prieš kurią negali atsispirti jokia visuomenės logika. Turint omeny, kad tarpasmeninio bendravimo metu gandas nuolat „priauginamas“ vis nauja informacija, suprantama, kad kova su juo sunki. Įveikti gandą visiškai – vargu ar įmanoma, tegalima bandyti apriboti jo raiškos ribas ugdant asmenų atsparumą jo magijai.

Čia aptarti gando raiškos ypatumai leidžia tam tikru mastu atpažinti šį fenomeną. Ne mažiau svarbu suvokti ir jo semantiką, kitaip tariant, šios teikiamos paslaugos ypatingumą, iš kur ta informacija yra gauta, koks jos turinys ir kaip jis gali būti perduotas toliau.

GANDO SEMANTINIAI LYGMENYS

Sakėme, kad kiekvienas gandas neša tam tikrą informaciją, pasakoja apie tai, kas aplinkiniams gali būti įdomu, tačiau šios informacijos perdavimas galimas tik esant tam tikroms sąlygoms: tam, kad informacija būtų perduota toliau, pirmiausia reikia ją gauti. Turint tai omeny, galima išskirti du gando semantinius lygmenis:

- 1) gando informacijos turinio gavimo (konteksto),
- 2) gando informacijos turinio perdavimo (procesu).

Konteksto lygmuo. Šis semantinis gando lygmuo nurodo, jog tai, kas sakoma, yra tiesiog plepėjimas, pasakojimas apie naujienas ir dalykus, apie kuriuos lig šiol nebuvo girdima, tačiau dabar norėtusi sužinoti daugiau. Šio neįpareigojančio plepėjimo metu pateikiamos „naujienos“ apie kitų asmenų, nedalyvaujančių pokalbyje, reikalus. Tokiu būdu toms nereikšmingoms naujienoms suteikiamas socialinis reikšmingumas: kitiems perduotas pavienis faktas

įgyja socialinę reikšmę. Jis išeina iš asmeninio privatumo lauko ir atsiduria „viešojo vartojimo“ lauke, prarasdamas savo autentiškumą: atsidūręs kitų žmonių lūpose, jis gali būti ne tik papildytas, bet ir iškreiptas, įgyti kitą reikšmę.

Galima pasakyti ir taip: *pavienis įvykis*, atsitikimas tarpasmeninio bendravimo kontekste *tampa socialiai pastebimas įvykis*. Jis gali būti toks tik šiame kontekste. *Tačiau kol jis nėra perduotas, tol nėra ir reikšmingas*. Tas perdavimas galimas tik tarpasmeninio bendravimo metu, o šis procesas pasižymi tam tikru ypatingumu.

Proceso lygmuo. Šis semantinis gando lygmuo kaip tik ir nusako, kad neformalios informacijos perdavimas tarpasmeninio bendravimo metu galimas tik esant:

- *ypatingam kontaktui tarp informacijos perdavėjo ir priėmėjo*, kuris charakterizuojamas geranorišku priimamumu ir atlaidumu dėl nepakankamai pagrįstos informacijos (tai tik pastebėjimas) ir

- *atitinkamoms perdavimo procedūroms*, kurios leistų transformuoti gautą informaciją į atitinkamas žinojimo formas, universalias ir suprantamas įvairiems sluoksniams ir socialinėms grupėms.

Taigi galima tarti, kad gando perdavimas nėra paprastas, vienkartinis procesas, tai – tam tikra socialinių santykių sistema, kuri susiklosto tarp gando teikėjo ir priėmėjo. Ji yra jų atpažįstama ir priimama kasdieniniame gyvenime kaip savaime suprantama, nekvestionuojama realybė, kurios dėka yra gaunamos „papildomos“ naujienos, galinčios patenkinti žmonių smalsumą ir norą gauti kuo daugiau neoficialios informacijos apie juos dominančius asmenis, įvykius ir reiškinius.

Esminis šiai informacijai keliamas reikalavimas – socialumas ir aktualumas.

Pirmiausia ji turi turėti *socialinį elementą*. Kitaip tariant, bendraudami ir perduodami informaciją apie kitų asmenų veiksmus, mes visada turime žinoti, kiek ši informacija yra socialiai aktuali aplinkiniams, kiek ja domimasi. Antra, ar tinkama, prieinama ir suprantama forma ji bus perduota pašnekovui. Trečia, kas tą informaciją perduoda: kiek perduodantysis asmuo yra svarbus, įtakingas, užimantis aukštą socialinę padėtį.

Galima pasakyti ir taip: naujienos apie kitą asmenį yra naujienos apie jo privačius veiksmus, poelgius, kurie gali tapti interpretacijų objektu, t. y. gandai. Savo ruožtu jų plitimas priklauso ne tik nuo naujienų pateikimo konteksto (informacijos turinio), bet ir nuo gebėjimo skleisti tokias naujienas, individų imlumo (psichologinio pasirengimo jas priimti), skleidžiamų naujienų poveikio (svarbos konkrečiam individui, socialinei grupei, visuomenei).

IŠVADOS

Gando kaip kultūrinio reiškinių tyrimą apsunkina du dalykai. Pirma, gandas yra kasdieninio gyvenimo realija, tačiau neįmanoma autentiškai atkurti situacijos, kurioje gandas „gyveno“ ir buvo platinamas neformalios komunikacijos lauke. Antra, gando turinys negali būti iki galo aiškiai ir tiksliai apibrėžtas ir įvardytas, kadangi priklauso nuo jo teikėjų ir priėmėjų mentaliteto, jų kūrybiškumo absorbuojant tarpasmeninio bendravimo metu gautą neformalią informaciją, taip pat nuo nuolat besikeičiančio socialinio konteksto, kuriame tie mainai vyksta.

Gandų fenomenas gali būti apibrėžtas ir tiriamas kreipiant dėmesį į jo funkcinę išraišką ir atributiką, juolab kad pagrindinė gando funkcija – socialinis atsiskyrimas ir atstumo nuo žinomų, viešai priimtų dalykų išlaikymas, taip pat siekis sukelti žmogaus norą gauti papildomos informacijos apie asmenis ir įvykius, o ne ją paneigti.

Gandas visada turi papildomos informacijos, kuri gaunama neformalaus tarpasmeninio bendravimo metu ir kuri nėra pagrindžiama jokia garso, vaizdo ar rašytine medžiaga ar kitaip dokumentuojama, todėl nepalieka jokių pėdsakų, kuriuos galima būtų identifikuoti.

Nepaisant to atpažinti gandą padeda keturi jo raiškos ypatumai: 1) teikiamos papildomos informacijos naujumas ir nepatikrinamumas, 2) informacijos gavimo vietos privatumas, 3) informacijos priėmimas, 4) jos neapibrėžtumas bei pateikimo spontaniškumas.

Gando informacija apie asmenį, įvykį tampa socialiai pastebima (reikšminga) tik tarpasmeninio bendravimo kontekste. Kol ši informacija neperduota, ji nėra reikšminga kaip socialiai pastebimas įvykis. Gando informacijos perdavimas galimas tik esant, viena vertus, ypatingam kontaktui tarp informacijos perdavėjo ir priėmėjo, kuris pasižymi priimamumu ir atlaidumu dėl jos nepakankamo pagrįstumo, kita vertus, ir atitinkamoms perdavimo procedūroms, kurios leistų transformuoti gautą informaciją į tam tikras žinojimo formas, universalias ir suprantamas įvairiems sluoksniams ir socialinėms grupėms.

Būtent tai ir sudaro prielaidas gando kaip kultūrinio reiškinių daugiaspekčiam tyrimui, o patį gandą – tarpdalykinio tyrimo (filosofinio, sociologinio, psichologinio ir komunikacinio) objektu.

Gauta 2014 01 25
Priimta 2014 07 04

Literatūra

1. Bergmann, J. R. 1993. *Discreet Indiscretions. The Social Organization of Gossip*. New York: Aldine De Gruyter.
2. Bordia, P.; Difonzo, N. 2004. "Problem Solving in Social Interaction on the Internet: Rumours as Social Cognition", *Social Psychology Quarterly* 67(1): 33–49.
3. Juzefovič, A. 2013a. "Creative Interactions Between Word and Image in Modern Visual Culture", *Limes: Borderland Studies* 6(2): 121–131.
4. Juzefovič, A. 2013b. "Landscape as Communication: Reflection on Surrounding Environment", *Limes: Borderland Studies* 6(1): 32–45.
5. Kačerauskas, T. 2014. „Kūrybos visuomenės terminai ir sampratos“, *Logos* 78: 6–18.
6. Kačerauskas, T. 2010. „Matymas, žiūra ir vaizdijimas: egzistencinės sąveikos“, *Filosofija. Sociologija* 21(3): 11–20.
7. Kačerauskas, T. 2013. „Medija, religija ir filosofiniai klausimai“, *Logos* 74: 86–94.
8. Karpferer, J. N. 1987. *Rumoure*. Paris: Ordis.
9. Kirtiklis, K. 2012. „Komunikacinės perspektyvos statusas socialiniuose moksluose“, *Santalka: Filosofija, Komunikacija* 20(1): 50–60.
10. Mitkus, T. 2012. „Neverbalinė komunikacija: kodavimas ir efektyvus panaudojimas“, *Santalka: Filosofija, Komunikacija* 20(2): 159–170.
11. Pečiulis, Ž. 2012. „Erdvės ir mobilumo problema audiovizualinėse medijose“, *Santalka: Filosofija, Komunikacija* 20(2): 147–158.
12. Shibutani, T. 1966. *Improvised News: Sociological Study of Rumour*. Indianapolis: Free Books.
13. Szecsi, G. 2013. "Language, Media and Community in the Information Age", *Santalka: Filosofija, Komunikacija* 21(2): 119–127.
14. Ахизер, А. С. 1991. *Россия: Критика исторического опыта*. Т. 3. Москва: Память.
15. Смелсер, Н. 1994. *Социология*. Москва: Феникс.

VALDAS PRUSKUS

Informal communication: the perspectives of theoretical access of exploration of the rumor as a cultural phenomenon

Summary

This article examines the extent to which rumor nature specificity determines the capabilities of theoretical access of its exploration. It is shown that the exploration of the rumor as a cultural phenomenon is complicated by its restoration difficulties – rumor authentic reconstruction and its content (the expression of the main idea). Rumor information about a person or an event becomes socially visible (significant) only in the context of interpersonal communication. However, while this information is not transmitted, it is not significant as a socially observed event. Rumor information transmission is possible due to, on the one hand, the special relation between the transferor and the receiver, who has acceptability and forgiveness because of its lack of feasibility, on the other hand, also appropriate transmission procedures, which would enable to transform the information into relevant knowledge forms, which are universal and understandable to various strata and social groups. That is precisely what creates the preconditions for multidimensionality of exploration of the rumor as a cultural phenomenon, and makes the rumor itself as the object of interdisciplinary exploration (philosophical, sociological, psychological and communicative).

Key words: informal communication, rumor, philosophical, sociological, communicative and psychological interpretation of rumor, rumor restoration, peculiarities of rumor