

ИЗУЧЕНИЕ ФЕНОМЕНА СПЛЕТНИ: ОСНОВНЫЕ ПОДХОДЫ И ИХ ОГРАНИЧЕНИЯ

З. Ю. Переселкова

Оренбургский государственный университет, Оренбург, Россия
e-mail: anizz@yandex.ru

Аннотация. Статья посвящена актуальной социально-философской проблеме интерпретации феномена сплетни как вида оценочного разговора об отсутствующих индивидах. Актуальность обусловлена повсеместным распространением сплетен в неформальном взаимодействии, несмотря на доминирующую практику общественного осуждения. Цель исследования состоит в раскрытии сплетни как формы коммуникационного взаимодействия, ее социальных функций. В работе были использованы диалектический, сравнительный, феноменологический методы исследования; изучались текстологические материалы с применением общенаучной методологии (когнитивный, аналитический, метод сравнения и обобщения).

В рамках исследования были рассмотрены два основных подхода, раскрывающих функции сплетни в социальном взаимодействии – информационный и функционалистский. Информационный подход рассматривает сплетню как инструмент сравнения индивидуальных характеристик с характеристиками тех, с кем происходит взаимодействие. Также подход указывает на ее возможности при получении доступа к важной для процессов сравнения информации. С позиции функционализма сплетня фиксирует для членов групповых взаимодействий актуальные ценности и связанные с ними нормы и санкции. Ограниченность данных подходов заключается в том, что ни один из них не представляет полной картины мотивации к воспроизводству сплетни. Также в статье на примере экспериментальных исследований показано воздействие эффекта рекурсивного трансфера установок (*Transfer of Attitudes Recursively*, далее – TAR) в отношении сплетен, когда часто сплетничающие индивиды отрицательно воспринимаются в малых группах. Обращение автора статьи к теории ритуалов интеракции Р. Коллинза позволило анализировать сплетню как продукт непосредственного взаимодействия из-за физического соприсутствия и общего эмоционального состояния. Был сделан вывод о возможности рассмотрения сплетни в качестве эффективного ритуала интеракции второго порядка (когда объектом внимания его участников выступают аспекты предыдущих ритуалов интеракции). В рамках теории ритуалов интеракции также возможно объяснение мотивации к сплетне как средству для установления солидарности между взаимодействующими субъектами (групповой эффект) и для повышения заряда эмоциональной энергии (на индивидуальном уровне).

Ключевые слова: сплетня, социальное взаимодействие, оценочные суждения, информационный подход, функционалистский подход, эффект TAR, теория ритуалов интеракции, солидарность.

Для цитирования: Переселкова З. Ю. Изучение феномена сплетни: основные подходы и их ограничения // Интеллект. Инновации. Инвестиции. – 2021. – № 2. – С. 112–116. DOI: 10.25198/2077-7175-2021-2-112.

STUDY OF THE PHENOMENON OF GOSSIP: MAIN APPROACHES AND THEIR LIMITATIONS

Z. Yu. Pereselkova

Orenburg State University, Orenburg, Russia
e-mail: anizz@yandex.ru

Abstract. The article is devoted to the current socio-philosophical problem of the interpretation of the phenomenon of gossip, as the type of estimated conversation on the absent individuals. The relevance of the research appeal to the issues of gossip and gossipation is due to the widespread spread of them in informal interaction, despite the dominant practice of public condemnation. The purpose of the study is to disclose gossip as the forms of communication interaction, its social functions. Dialectical, comparative, phenomenological research methods were used in the work; using the general scientific methodology (cognitive, analytical, comparison and generalization method), textual materials were studied.

Within the framework of the study, two main approaches that reveal the functions of gossip in social interaction are information and functionalist. The informational approach postulates a gossip as a comparison tool for individual characteristics with the characteristics of those with whom the interaction occurs, indicates its ability

to access it important to the comparison processes. From the position of the functionalism, the gossip is recorded for members of group interactions current values and associated norms and sanctions. The limitations of these approaches is that none of them represents a complete picture of motivation to reproduction of gossip. Also in the article on the example of experimental studies, the effect of the recursive installation transfer effect (Transfer of Attitudes Recursively – TAR) is shown in relation to gossip when individuals, often gossiping and distributing negative estimates are negatively perceived in small groups. The appeal of the author of the article on the theory of rituals of the Inactivity of R. Collins, made it possible to analyze the gossip as a product of direct interaction, in the presence of its attributes as a physical conventionality and a common emotional state, and conclude the possibility of consideration of gossip as an effective second-order interaction ritual (when the object of attention. Its participants are aspects of previous interaction rituals). As part of the theory of interaction rituals, it is also possible to explain the motivation to the gossip, as a means for establishing solidarity between interacting entities (group effect) and increase the charge of emotional energy (at an individual level).

Key words: gossip, social interaction, evaluation judgments, information approach, functionalist approach, TAR effect, theory of interaction rituals, solidarity.

Cite as: Pereselkova, Z. Yu. (2021) [Study of the phenomenon of gossip: main approaches and their limitations]. *Интеллект. Инновации. Инвестиции* [Intellect. Innovations. Investments]. Vol. 2, pp. 112–116. DOI: 10.25198/2077-7175-2021-2-112.

Введение

Важнейшими ресурсами социальности сегодня выступают коммуникация и общение, которые представляют собой многогранный процесс, реализуемый на разных уровнях социальных взаимодействий. Распространяемые информационные потоки выступают формой выражения соответствующего социального настроения и социального ожидания. Сплетня является одной из разновидностей коммуникативной деятельности, которая устойчиво доминирует в общественном сознании. Несмотря на доминирующую практику общественного осуждения, сплетничество всюду распространено в рамках неформального взаимодействия.

Понятие сплетня исследуется, начиная с 1960-х годов, и интерпретируется как «... оценочный разговор об отсутствующих индивидах» [1, С. 122; 11, pp. 576–578; 12, Р. 83; 15, Р. 36]. В отечественной науке сплетня как феномен коммуникативного действия рассмотрена в работах Э. Р. Сайфуллиной [4], Е. А. Чижовой [5], Д. С. Горбатова [1, 2], Д. В. Шейко [6, 7], О. Н. Иванищевой [3]. Исследователи отходят от сугубо негативной оценки коммуникации в процессе воспроизводства сплетни и признают возможности характеристики того, о ком идет речь в положительном ключе. Большинство авторов подтверждает наличие у сплетни таких атрибутивных характеристик, как анонимность (отсутствие объекта обсуждения), осуществление в процессе неформальной («праздной») коммуникации, наличие у собеседников единой оценочной шкалы приемлемого поведения. На сегодняшний день не представлено единой объяснительной модели феномена сплетни в процессе социальных взаимодействий, а также мотивации индивидов к сплетничанию, что дает основания для актуализации проведенного исследования.

Основные подходы к изучению сплетни

Рассмотрим два основных подхода к пониманию

сплетни как средства социального взаимодействия: информационный и функционалистский. Роберт Пейн в рамках информационного подхода определяет сплетню как механизм получения и распространения непубличной информации внутри группы, когда посредством сплетничания, возможно анонимно получить доступ к информации о других членах группы. Несмотря на то, что в подобной интерпретации нет возможности оценить достигаемые групповые эффекты (сплочение или разобщенность), сплетничество, по мнению автора, способствует развитию социальных отношений в группе [16].

Информационная концепция сплетни получает свое обоснование в теории социального сравнения Л. Фестингера. Автор акцентирует, что при отсутствии объективных стандартов для самооценки личных качеств индивида (к примеру, наличие музыкального слуха для занятий вокалом) он обращается к процессу сравнения собственного мнения и способностей с аналогичными показателями у тех, с кем он вступает во взаимодействие и позиции которых ему представляются схожими с собственными. Однако не всегда это возможно достичь через непосредственное наблюдение и беседу. Использование сплетни здесь позволяет выявить близкого по убеждениям и интересам собеседника, так как открывает доступ к важной для процессов сравнения информации [17]. При убедительности функций использования сплетни в информационном подходе все же не оценивается влияние их на социальные отношения (конструктивные или деструктивные).

В исследованиях Макса Глакмена и Роя Баумейстера сплетня рассматривается в функционалистском ключе. Позицию М. Глакмена можно проиллюстрировать его цитатой: «Ценности группы открыто утверждаются в сплетнях и злословии, поскольку мужчина или женщина всегда останавливаются [другими членами группы], как только им не удается жить в соответствии с этими ценностями» [14,

Р. 313]. То есть благодаря сплетне члены группового взаимодействия устанавливают актуальные для себя ценности, а также нормы и санкции их регулирующие, что позволяет Р. Баумейстеру оценивать ее в качестве «средства передачи информации о правилах, нормах и других инструкциях для жизни в данной культуре» [9, Р. 113]. Таким образом, у М. Глакмена сплетня напоминает девиантам о действующих нормах и ценностях, а у Р. Баумейстера – обучает нормативному поведению. Существенным пробелом данной объяснительной модели является игнорирование субъектов сплетни и их индивидуальных мотивов, поскольку указывается только функция культурного научения в данном типе взаимодействий. Это связано с невозможностью функционалистской логикой раскрыть вопрос о том, что мотивирует субъекта сплетни, который понимает предосудительность такого поступка и опасность осуждения за эти действия от окружающих.

Американский фольклорист Р. Абрахамс в своей работе частично показывает индивидуальные мотивы к сплетне, которая, выступая разговорным жанром, способствует повышению уважения «base of esteem» к индивиду, ее воспроизводящему, в глазах окружающих, как к первоисточнику преподносимой информации. При этом субъекту необходимо соблюдать определенные правила. Это запреты на сплетни о членах семьи и близких друзьях; на ее производство в высокоэмоциональном состоянии (чтобы не вызывать подозрение в злонамеренной клевете); отказ от взаимодействия только ради сплетни, ее влечение в более широкий контекст общения; исключение присутствия в группе объекта сплетни [8, pp. 297–300]. Также необходимо указать, что производство сплетни происходит при взаимодействии лицом-к-лицу, что позволяет ее считать феноменом интерактивного порядка, поэтому объяснение не может быть дано исключительно с точки зрения её групповых эффектов.

Эффект TAR в изучении феномена сплетничания

Непосредственное отношение к процессу воспроизводства сплетен имеет открытый учеными Е. Вальтер и Б. Гавронски эффект рекурсивного трансфера установок – TAR [13]. Данный эффект проявляется в виде «отзеркаливания» в отношении субъекта, оценивающего других, когда данные им положительные или отрицательные субъективные характеристики об окружающих влияют на его восприятие ими. Эффект TAR был выявлен в результате эксперимента в формальной организации, целью которого было установление взаимосвязи между характеристиками, которые сотрудники дают коллегам, и оценкой данных участниками эксперимента сотрудников (нравится, если дает положительные оценки, и не нравится, если индивид оценивает

другого в негативном ключе). Эффект TAR подтвердил дублирующий эксперимент в студенческой среде, но выявил влияние на оценку «источника» его социальной характеристики (позитивная или негативная), предшествующей знанию испытуемого о цели оценки [13, pp. 1278–1282]. Таким образом, эффект TAR устанавливает зависимость между репутацией индивида и его оценочными суждениями о других, но для распространения его на изучение проблематики сплетничания недостатком является факт отсутствия знакомства, взаимодействий между участниками эксперимента и теми людьми, которых они оценивали.

С целью проверки достоверности эффекта TAR в условиях межличностных взаимодействий С. Фарли провела со студентами Олбрайт-Колледжа и университета Балтимор эксперимент, в ходе которого испытуемые должны были оценивать знакомых им людей. Были введены две переменные: независимая – оцениваемые индивиды, соответствующие определенным характеристикам (пол, частота воспроизводства сплетен и достоверность передаваемой таким путем информации), и зависимая – оценка индивидов по их авторитету у окружающих и способности располагать к себе. Результат эксперимента показал, что вне зависимости от половой принадлежности, наибольшим авторитетом пользуются люди, редко воспроизводящие сплетни, а среди тех, кто часто сплетничает, позитивно были оценены индивиды, дающие в сплетнях положительную оценку окружающим [11, pp. 576–578].

Данный эксперимент подтвердил валидность эффекта TAR в отношении сплетен: индивиды, часто сплетничающие и раздающие негативные оценки другим, отрицательно воспринимаются в малых группах. Тем самым представление о сплетне в теории Р. Абрахамса как инструменте самовыражения и влияния на социальное окружение было опровергнуто. Свое подтверждение получил лишь тезис М. Глакмена о том, что сплетня фиксирует для членов групповых взаимодействий актуальные ценности и нормы. Проведенные эксперименты, опровергнув имеющиеся гипотезы, объясняющие индивидуальную мотивацию поведения сплетников, выявили и существенное противоречие. Оно заключается в следующем: сплетничание дает положительный эффект для внутригрупповых отношений, но субъекты сплетни несут при этом репутационные потери в группе. Таким образом, оставалась актуальной задача понимания того, что заставляет людей сплетничать.

Здесь необходимо уточнить тот факт, что в исследованиях Б. Гавронски, Е. Вальтер и С. Фарли в эксперименте не использовалось взаимодействие в форме непосредственного общения между индивидами. Обращение к теории ритуалов интеракции Р. Коллинза позволяет анализировать сплетню как

продукт непосредственного взаимодействия, при наличии таких его атрибутов, как физическое присутствие и общее эмоциональное состояние. В терминологии теории интерактивных ритуалов сплетню можно обозначить как ритуал второго порядка, поскольку здесь объектом внимания его участников выступают аспекты предыдущих ритуалов интеракции [10, Р. 48].

Также сплетня соответствует такому обязательному атрибуту ритуала интеракции, как установление жестких границ. Поскольку сам этот разговор личностно-оценочного характера о неприсутствующих лицах предполагает исключение из него того, о ком идет речь. Кроме того, сплетня продуцирует у ее актора определенное повышение эмоциональной энергии, поскольку предполагает наличие выраженного эмоционально отношения к тому, о чем /о ком идет речь. Таким образом, соответствие сплетни условиям успешного ритуала интеракции позволяет предположить о достижении посредством ее определенной степени солидарности между субъектами взаимодействия в большей степени, чем при «нейтральном» разговоре, в котором отсутствуют личностные оценки. Установление солидарности, как результат сплетничания в групповом взаимодействии, и повышение собственной эмоциональной энергии, как результат производства сплетни при индивидуальном взаимодействии лицом-к-лицу, позволяют объяснять феномен существования и распространения сплетничания, несмотря на возможные репутационные потери и негативную оценку в общественном сознании.

Заключение

В рамках информационного и функционалистского подходов был проведен социально-философский анализ феномена сплетни. Он показал следующий недостаток, присущий вышеперечисленным подходам: функционалистские концепции изучают эффекты воздействия сплетни на группу, не поясняя при этом индивидуальные причины такого поведения ее субъекта, а информационные концепции объясняют индивидуальную мотивацию к сплетничанию, не исследуя ее воздействие на групповые отношения. Изучение функций сплетни в процессе социальных взаимодействий, а также поиск личностных мотивов субъектов сплетни видится наиболее перспективным в русле теории ритуалов интеракции, поскольку атрибутивные характеристики сплетни соответствуют необходимым условиям эффективного ритуала интеракции второго порядка (в классификации Р. Коллинза). Данный подход позволяет объяснять функции феномена сплетни как на групповом уровне (через достижение определенной степени солидарности), так и на индивидуальном, как получение заряда эмоциональной энергии. Однако отсутствие широкой базы эмпирических исследований сплетни в русле теории ритуалов интеракции не дает возможности представить объективную доказательную базу. Признавая факт существования сплетни как весьма широко распространенного в повседневной жизни феномена, сложившееся представление о ней в социальном знании нуждается в уточнении и представляется актуальной задачей последующего научного поиска.

Литература

1. Горбатов Д. С. Сплетничанье как элемент мелкогруппового общения // Социологические исследования. – 2009. – № 1. – С. 119–127.
2. Горбатов Д. С. Сплетня как средство социализации // Вопросы психологии. – 2007. – № 3. – С. 106–115.
3. Иванищева О. Н. Сплетни как разновидность фейковой информации // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. – 2019. – № 10–2(37). – С. 12–14.
4. Сайфуллина Э. Р. Сплетня, ссора, лезть и др. как негативно оцениваемые речевые жанры (на примере пословиц о речевом поведении) // Вестник Башкирского университета. – 2008. – Т. 13. – № 4. – С. 986–989.
5. Чижова Е. А. От скандала, вдоль слуха, к сплетне // PR и реклама: традиции и инновации. – 2011. – № 6–1. – С. 43–45.
6. Шейко Д. В. О когнитивных аспектах феномена сплетня // Вестник Брянского государственного университета. – 2017. – № 4(34). – С. 258–264.
7. Шейко Д. В. Феномен «сплетня» и «слух» как механизмы социальной коммуникации // Язык. Текст. Дискурс. – 2017. – № 15. – С. 214–223.
8. Abrahams R. A performance-centred approach to gossip // *Man*. – 1970. – Vol. 5. – № 2. – pp. 290–301.
9. Baumeister R. F., Zhang L., Vohs K. D. Gossip as cultural learning // *Review of general psychology*. – 2004. – № 8. – pp. 111–121.
10. Collins R. *Interaction ritual chains*. – Princeton: Princeton University Press, 2004. – 439 p.
11. Farley S. Is gossip power? The inverse relationships between gossip, power, and likeability // *European Journal of Social Psychology*. – 2011. – № 41. – pp. 574–579.
12. Foster E. Research on gossip: taxonomy, methods, and future directions // *Review of general psychology*. – 2004. – Vol. 8. – № 2. – pp. 78–99.
13. Gawronski B., Walter E. The TAR effect: when the ones who dislike become the ones who are disliked // *Personality and Social Psychology Bulletin*. – 2008. – Vol. 34. – №9. – pp. 1276–1289.

14. Gluckman M. Papers in honor of Melville J. Herskovits: gossip and scandal // *Current anthropology*. – 1963. – Vol. 4. – № 3. – pp. 307–316.
15. Gregory S., Hoyt B. Conversation partner mutual adaptation as demonstrated by Fourier series analysis // *Journal of psycholinguistic research*. – 1982. – Vol. 11. – № 1. – pp. 35–46.
16. Pain R. What is gossip about? An alternative hypothesis // *Man*. – 1967. – Vol. 2. – № 2. – pp. 278–285.
17. Suls J. Gossip as social comparison // *Journal of communication*. – 2006. – Vol. 27. – № 1. – pp. 164–168.

References

1. Gorbatov, D. S. (2009) [Gossip as an element of small-group communication]. *Sociologicheskie issledovaniya* [Sociological research]. Vol. 1, pp. 119–127. (In Russ.).
2. Gorbatov, D. S. (2007) [Gossip as a means of socialization]. *Voprosy psichologii* [Question of psychology]. Vol. 3, pp. 106–115. (In Russ.).
3. Ivanishcheva, O. N. (2019) [Gossip as a kind of fake information]. *Mezhdunarodnyy zhurnal gumanitarnykh i estestvennykh nauk* [International Journal of Humanities and Natural Sciences]. Vol. 10–2(37), pp. 12–14. (In Russ.).
4. Sajfullina, E. R. (2008) [Gossip, quarrel, flattery, etc. as negatively evaluated speech genres (on the example of Proverbs about speech behavior)]. *Vestnik Bashkirskogo universiteta* [Bulletin of the Bashkir University]. Vol. 13. No. 4, pp. 986–989. (In Russ.).
5. Chizhova, E. A. (2011) [From scandal, along the rumor, to gossip]. *PR ireklama: tradicii i innovacii* [PR and advertising: traditions and innovations.]. Vol. 6, pp. 43–45. (In Russ.).
6. Shejko, D. V. (2017) [On the cognitive aspects of the gossip phenomenon]. *Vestnik Bryanskogo gosudarstvennogo universiteta* [Bulletin of the Bryansk state University]. Vol. 4(34), pp. 258–264. (In Russ.).
7. Shejko, D. V. (2017) [The phenomenon of «gossip» and «rumor» as mechanisms of social communication]. *Yazyk. Tekst. Diskurs* [Language. Text. Discourse]. Vol. 15, pp. 214–223. (In Russ.).
8. Abrahams, R. (1970) A performance-centred approach to gossip. *Man*, vol. 5(2), pp. 290–301. (In Engl.).
9. Baumeister, R. F., Zhang, L., Vohs, K. D. (2004) Gossip as cultural learning *Review of general psychology*. Vol. 8, pp. 111–121. (In Engl.).
10. Collins, R. (2004) Interaction ritual chains. *Princeton: Princeton University Press*, 439 p. (In Engl.).
11. Farley, S. (2011) Is gossip power? The inverse relationships between gossip, power, and likeability. *European Journal of Social Psychology*. Vol. 41, pp. 574–579. (In Engl.).
12. Foster, E. (2004) Research on gossip: taxonomy, methods, and future directions. *Review of general psychology*. Vol. 8 (2), pp. 78–99. (In Engl.).
13. Gawronski, B., Walter, E. (2008) The TAR effect: when the ones who dislike become the ones who are disliked. *Personality and Social Psychology Bulletin*. Vol. 34(9), pp. 1276–1289. (In Engl.).
14. Gluckman, M. (1963) Papers in honor of Melville J. Herskovits: gossip and scandal. *Current anthropology*. Vol. 4(3), pp. 307–316. (In Engl.).
15. Gregory, S., Hoyt, B. (1982) Conversation partner mutual adaptation as demonstrated by Fourier series analysis. *Journal of psycholinguistic research*. Vol. 11(1), pp. 35–46. (In Engl.).
16. Pain, R. (1967) What is gossip about? An alternative hypothesis. *Man*. Vol. 2 (2), pp. 278–285. (In Engl.).
17. Suls, J. (2006) Gossip as social comparison. *Journal of communication*. Vol. 27 (1), pp. 164–168. (In Engl.).

Информация об авторе:

Зинаида Юрьевна Переселкова, кандидат исторических наук, доцент кафедры философии, культурологии и социологии, Оренбургский государственный университет, Оренбург, Россия
e-mail: anizz@yandex.ru

Статья поступила в редакцию: 31.10.2020; принята в печать: 13.04.2021.

Автор прочитал и одобрил окончательный вариант рукописи.

Information about the author:

Zinaida Yurevna Pereselkova, PhD in History, Associate Professor of the Department of Philosophy, Cultural Studies and Sociology, Orenburg State University, Orenburg, Russia
e-mail: anizz@yandex.ru

The paper was submitted: 31.10.2020.

Accepted for publication: 13.04.2021.

The author has read and approved the final manuscript.