

Gandø fenomenas: kilimo prieþastys ir socialinës funkcijos

Valdas Pruskus

*Vilniaus Gedimino technikos universitetas,
Saulëtekio al. 11, LT-10223 Vilnius,
el. paðtas v.pruskus@vpu.lt*

Didëjant visuomenës kritiðkumui oficialios valdþios bei jos institucijø teikiamai informacijai ir norui gauti vis daugiau ir „tikresniø“ þiniø, auga neformalios informacijos poreikis. Tarpasmeninio bendravimo metu perteikta neoficiali informacija sudaro palankià terpà ávairiems gandams tarpti. Gandai tampa svarbiu instrumentu, kuriuo noriai naudojasi suinteresuotieji, jø grupës ir pavieniai asmenys, siekdami savø tikslo ágyvendinimo. Vis þenklesnæ vietà jie uþima ir þiniasklaidos paslaugø asortimente. Esant menkam pilietiniam ir politiniam visuomenës brandumo lygiui, kyla bûtinumas gandø fenomenà detaliau panagrinëti.

Straipsnyje aptariamas gando sàvokos apibrëþimas, analizuojami ávairiø tyrëjø poþiûriai. Gandas nagrinëjamas kaip neformalios tarpasmeninës komunikacijos forma, iðryðkinami jos ypatumai. Aptariamos pagrindinës gandø kilimo ir plitimo visuomenëje prieþastys. Parodoma, kad gandai atlieka svarbias socialines funkcijas, pateisinanëias tam tikru mastu jø buvimà ir kartu lemianëias jø gajumà.

Raktaþodþiai: gandas, informacija, komunikacija, þiniasklaida, gandø socialinës funkcijos, gandø kilimo prieþastys, bendravimas, socialinë grupë

ÁVADAS

Gandai – tarpasmeninio bendravimo metu perduodama neformali informacija. Ji aiðkina tai, ko paaiðkinti oficialiai teikiama informacija negali taip, kad neliktø jokio klausimø. Tuo tarpu gandas ðà mûsø smalsumo poreikà stengiasi patenkinti – ir daro tai labai operatyviai. Ne veltui dar stoikas Seneka pastebëjo, kad nieko þmogus taip greitai negali sukurti kaip gandà. Ðià mintà plëtojo ir vëlesniø laikø mæstytojai (J. Locke, B. Spinoza, F. Nytche.). J. Locke's teigimu, þinojimas, kurio mes siekiame, remiasi gandø aiðkinimusi.

Gandas yra vienas ið oralinio pasitenkinimo bûdø. Jo niekada nenusibosta (jo visada norisi), nes kalbëjimas yra vienas didþiausiø þmogaus patiriamø malonumø. Kartu jis gali atneði ir dideliø nemalonumø. Jau *Þventajame Rašte* randame perspëjimà: „Per kalbëjimà ateina garbë, per jà ir negarbë. Þmogaus lieþuvis – jo prapultis. Nepaleisk lieþuvio apkalbai, nes vagiui gëda buvo sukurta, o dviveidþio laukia grieþtas pasmerkimas“ (*Þventasis Raðtas* 1999; 1072 (Sir 5,5)).

Þmogaus priklausomybë nuo savo lieþuvio – realybë, á kurià atkreipë dëmesà ne vienas mæstytojas. Gyvenæs XVII a. filosofas B. Spinoza teigë, kad niekas nereikalauja ið þmogaus tokio didelio pastangø kaip lieþuvio suvaldymas, – jà suvaldyti yra þymiai

sunkiau nei þodþius. Ypaè suvaldyti lieþuvà sunku dirbant dideliuose kolektyvuose, kur susitinka ávairūs þmonës, atliekantys ávairias funkcijas. Tokiais atvejais þmonës linkæ identifikuoti save su kitoje organizacijoje dirbanëiais panaðø darbà ir mano þin¹, kaip ðie elgiasi. Tas „þinojimas“ ágalina kurti, fantazuoti, aptarinëti jø elgesà ir veiksmus, kartais tam visai neturint jokio pagrindo, bet ja tikima. Tokios neformalios informacijos alkis yra paplitæs gan plaèiai. Tad nenuostabu, kad gandas tyrinëja vis daugiau ávairiø mokslo ðakø atstovø.

Kiekviena mokslinë disciplina gandas apibûdina ir analizuoja savaip, todël beveik neámanoma vienu universaliu apibrëþimu paaiðkinti gandø fenomenà. Jà galima interpretuoti keliais aspektais: politiniu, psichologiniu, filosofiniu, kultûrologiniu, antropologiniu ir pagaliau – sociologiniu.

Sociologinio poþiûrio á gandas pradininkais laikytini Jungtiniø Amerikos Valstijø socialiniai psichologai T. Shibutani, G. Allport, G. W. Postman, XX a. viduryje paskelbæ savo darbus „Gandai“ (1966) ir „Gandø psichologija“ (1947).

Jø darbai skatino domëtis gandais ir kitus mokslininkus. Taèiau bene didþiausia átakà tam turëjo politiniai ir socialiniai skandalai, krëtæ tuometinæ Amerikà (Votergeitas, Pentagono korupcijos bylos ir kt.). Tad nenuostabu, kad XX a. aðtuntajame deðimtmetyje tyrëjai itin daug dëmesio skyrë gandø atsiradimo

ir plitimo aplinkybėms ir veiksniams ávairiose socialinio gyvenimo sferose (politikoje, ekonomikoje, kultúroje ir kt.), taip pat jø socialinei kontrolei. Ðia tema pasirodo svario monografijø ir straipsniø, kurie skelbiami þymiausiuose Amerikos mokslo þurnaluose, skirtuose komunikacijai, socialinei psichologijai ir antropologiniams tyrimams (Arno 1980; Black 1984; Spacks 1985; Murphy 1985; Bergman 1993; Holbrooke 1983; Rysman 1982; ir kt.).

Pastaruoju metu gandø problematika vis labiau domisi Europos sociologai. Ðia itin domimasi gandø kaip kasdienės komunikacijos formos ir jos funkcionavimo ypatumais (Bergman 1993). Taip pat jø plitimui atskirose socialinėse ir etnografinėse grupėse (Parsons 1997; Sabini, Silver 1982), vyrø ir moterø imlumu gandams ir jø aktyvumu juos plinant (Heller 1984; Rysman 1982; Jones 1980; Goffman 1981; Weigle 1989).

Lietuvoje, deja, gandø problematikai skirtø darbø beveik neturime, iðskyrus pavienius straipsnius (Girnius 2001; Ramoðkienė 2000; Aðkinis 1994 ir kt.), kuriuose pateikiama empirinė tyrimø (greičiau gal pastebėjimø) medþiaga. Tuo tarpu teoriniø, analitiniø darbø, skirtø gandø fenomenui nuðvesti, nėra. Realybė tai, kad teorinis problemos aspektas maþai domina mûsø sociologus, pasinėrusius á kasdienes empirinius uþsakomuosius (komercinius) tyrimus, kurie juos ið esmės ir maitina, nors niekas Lietuvoje ádandien nėra tikras dël savo ateities ir tiesiog paprasčiausiai gyvena apsuptas ir palaikomas ávairiausiø gandø.

Reikia paþymėti, kad nors gando sàvokà vartoja visi tyrėjai, taèiau jos turinys nėra vienareikðmiai suprantamas ir aiðkinamas.

Gandø sàvokos apibrėþimo problema. Socialinės filosofijos atstovai gands suvokia kaip masinės sàmonės pasireiðkimà. Savità poþiūrà dësto þymus áios krypties atstovas A. S. Achiezeras. Gandø atsiradimà jis sieja su masinės sàmonės pastangomis perimti naujoves, remiantis savàja subkultúra, pastoviai reprodukuoti pasaulio vaizdà taip, kad galëtø jame veikti. A. S. Achiezeras pateikia tokà gandø apibrėþimà: „Gandai – tai nuolat veikianti masinės sàmonės ávykiø interpretacijos sistema drauge su istoriðkai susiklosèiusiu mentalitetu. Gandai – neoficiali ryðio forma didelėje visuomenėje, pastovus ávykiø suvokimo procesas, pasiþymintis dualiðkumu: komfortiðka – diskomfortiðka padėtis, paslaptingas masiø ðnabþdesys, formuojantis visuomenėje bendrà dvasinà atmosferà, prieð kurià beþjėgė informacijos sistema ir patys kraðtutiniai masinio teroro metodai. Gandai, pasiekà tam tikro intensyvumo laipsnà, gimdo baimà, fobijas, diskomforto bûsenà, gali sukelti masines riauðes, nepaklusnumà valdþiai, pogromus ir t. t., masinius judėjimus, pavyzdþiui, bėgimà á „paþadėtàjà þemà“, paniðkus prekio pirkimus ir pan.“ (Achiezer 1991: 339). Nors áis apibrėþimas gan talpus ir nusako gando esmà, istorijà, atsiradimo prieþastà, jo genezà ir funk-

cijas, taèiau nepateikia jokiø nuorodø apie konkrečius gandø kūrėjus (platintojus) ir priėmėjus, todėl nėra išsamus.

Kitokà áio fenomeno supratimà pateikia Jungtiniø Amerikos Valstijø sociologas T. Shibutani, kuris gandø funkcionavimà sieja su efektyvios komunikacijos vystymusi ir pirmiausia su viena ið jos rûðiø – formalia (oficialia) komunikacija. Pasak jo, gandai – tai „patikimø praneðimø „papildymas neformaliais kanalais“. Baras, kavinė, kirpykla – átai tø kontaktø vietos, kuriose daþniausiai platinama neformali informacija apie asmenis ir ávykius, kurie kelia visuomenės susidomėjimà. Taigi gandai tampa neatsiejami nuo formaliosios komunikacijos ir suvokiami kaip neformalus „patikimai“ gautø þiniø papildymas (Shibutani, 1966: 48–56).

Labiau sociologinà aspektà, apibûdinant gandø fenomenà, akcentuoja Jungtiniø Amerikos Valstijø sociologas N. Smelseris. Gandus jis sieja su kolektyviniu minios elgesiu, kuris yra stichiškas ir neorganizuotas. Gandø paskirtis – suteikti reikðmà situacijai, kurios þmonės nesupranta, ir padėti jiems pasirengti veiksmui (Smelser 1994: 606). Pasak N. Smelserio, minia ir komunikacija neformalios informacijos dëka yra svarbiausi gando nustatymo elementai.

Skirtingai nuo tradiciniø gandø apibrėþimø, kurie remiasi teisingos / melagingos informacijos juose opozicija, Prancúzijos sociologas Ðanas Noelis Karpferer atkreipia dëmesà á tokià svarbià gandø savybà, kaip jø neoficialus áaltinis. „Gandas – tai informacijos, kuri dar nepatvirtinta oficialiø áaltiniø arba jau paneigta, atsiradimo ir cirkuliacijos visuomenėje procesas“ (Karpferer 1987: 305).

Taigi, kaip matyti, apibrėþdami gands tyrėjai akcentuoja skirtingus momentus, kurie atspindi jø kaip tam tikrø mokslo disciplinø atstovø uþimamas pozicijas. Nepaisant to, visi sutaria, kad gandai – tai tarpasmeninio bendravimo metu gauta neformali informacija. Tad būtina detaliau pasiaiðkinti (ávardyti, kuo ái informacija pasiþymi, kas jai būdinga), kodėl ji taip laukiama, pageidaujama ir, pagaliau, koks jos socialinis vaidmuo. Tai leistø geriau suvokti, kaip atsiranda gandai, kas jiems turi átakos, kaip plinta, kur slypi jø gyvybingumo galia ir kaip tà galià ámanoma riboti.

Straipsnio **tikslas** – pasiaiðkinti gands kaip neformalios komunikacijos fenomenà, atskleisti jo kilimo prieþastis ir socialines funkcijas.

Þiam tikslui pasiekti keliami tokie **uþdaviniai**:

- aptarti gandà kaip tarpasmeninio bendravimo metu pateikiamos informacijos priėmimo ir transformacijos formà,
- ávardyti gando kilimo prieþastis,
- nusakyti pagrindines jo socialines funkcijas.

Tyrimo **objektas** – gando raidka ir funkcionavimas visuomenėje.

Tyrimo **metodas** – mokslinės literatūros ir áaltiniø kritinė analizė, autoriaus áþvalgos.

GANDAS KAIP INFORMACIJOS PRIËMIMO IR TRANSFORMACIJOS FORMA

Pinias apie svarbius ávykius, atsitikimus, asmenis ir jø veiksmus bei poelgius paprastai gauname ið oficialiø ðaltiniø, kuriais mes daugiau ar maþiau pasitikime. Ði informacija, patekusi á þiniasklaidà, neretai ágyja naujò atspalviø: „naujiena“ praranda savo tapatumà, taèiau ágyja informacinà patrauklumà.

Kita vertus, kiekvieniame informacijos pateikime visada yra dalykø, kuriuos þmonës supranta skirtingai. Tai lemia:

Pirma, skirtingas þmoniø iðsilavinimas, kultûrinë patirtis, amþius, profesija ir t. t.

Antra, skirtingas leksikos (sàvokø turinio) supratimas. Taigi apibûdindami sàvokà þmonës á jà ádeda ir savà turinà, savo supratimà *apie tai*. Tokiu bûdu atsiranda skirtis tarp „þinojimo, kas tai yra“ ir „þinojimo apie tai, kas tai yra“.

Gandui kaip neformalios komunikacijos formai kaip tik ir *rûpi ne þinojimas, kas tai yra*, o bandymas paaiðkinti „þinojim¹ apie tai, kas tai yra“, remiantis ne tiek patikrintais faktais, kiek nuojautomis ir spëlionëmis. Tad nenuostabu, kad individas, priimdamas oficialià informacijà, á jà þiûri su nepasitikëjimu, nes, viena vertus, ji nekelia didelio pasitikëjimo dël menko valdþios pareigûnø turimo pasitikëjimo þmoniø akyse reitingo, kita vertus, dël paèios pateikimo formos, kuri pasiþymi daþnai tam tikru abstraktumu ir lingvistinës iðraiðkos sudëtingumu.

Natûralu, kad kyla bûtinumas jà dekoduoti ir pasiaiðkinti, ávilkus á kasdienio supratimo sàvokø „rûbà“. Savo ruoþtu tas pasiaiðkinimo procesas neiðvengiamai reiðkia ir „papildym¹ nuo savës“, sureikðmiant vien¹ ar kit¹ naujienos detalë. Savo ruoþtu tas „papildymas“ labai priklauso ne tik nuo asmens kultûrinio lygio, iðsilavinimo, bet ir nuo interesø. Ðitaip nuolat keièiantis informacija naujomis spalvomis (þiniomis) pasipildo, turtëja ir gandas. Kartu maþëja ir galimybës tà naujà informacijà patikrinti. O kartu maþëja ir atsakomybë uþ jos autentiðkumà.

Kiekvienoje visuomenëje vyksta bendravimo procesas, nepaisant situacijø ávairovës ir jame dalyvaujanèiø asmenø skirtingumo, pasiþymi *uniformumu*. Kitaip tariant, tam tikrø priimtiniø bendravimo dalyviams þinojimo formø visuma, kuriø dëka ir bendraujama. Ðios formos yra privalomos bendraujantiems ir savaip paþenklinà patà bendravimà, suteikdamos jam tam tikrà apibrëptà pavidalà, kurà sociologas J. R. Bergmanas vadina bendravimo þanru (Bergman 1993: 26). Taèiau ne visas komunikacijos procesas gali bûti traktuojamas vien kaip „fiksuotos formos“, kuriø laikosi bendravimo dalyviai. Egzistuoja ir ið anksto nenustatytos, nefiksuotos formos, kurios atsiranda spontaniðkai paèiame bendravimo procese ir kurios negali bûti grieþtai sukontroliuotos.

J. R. Bergmanas pateikia ðokio pavyzdá, kuris padeda geriau suvokti *skirtà* tarp ðiø dviejø komunika-

cijos formø (neformalios ir formalios). Kiekvienas ðokio tipas (valsas, tango ir t. t.) turi tam tikrus formalius reikalavimus, kuriø turi prisilaikyti ðokio atlikëjas, ðokdamas vieno ar kito tipo ðokà. Tai yra tam tikra „fiksuota“ ðokio forma. Taèiau kiekvienas ðokëjas pasiþymi savitu temperamentu ir spontaniðkumu, kuris neiðvengiamai „pasireiðkia“ ir tuo bûdu papildoma, prapleèia áprastas tam ðokio tipui bûdingas formas. Taigi, pasak J. R. Bergmano, ir bendravimo procese egzistuoja dvejopos bendravimo formos.

Pirma, tai fiksuotos, selektyvios organizacijos formos, kurioms bûdingas aukðtas ritualizacijos laipsnis. Bûtent jos yra tas pagrindas, kuris ágalina patikimà ir pastovø bendravimà tarp ávairiø bendruomenës nariø, kurie tà ritualà (ðokio tempà, taisykles) þino, pripaþsta ir jø laikosi.

Antra, spontaniðkos, atsirandanèios bendravimo procese dël jo dalyviø asmeniniø savybiø, charakterio, temperamento ir kt. Spontaniðkos formos, viena vertus, komplikuoja bendravimà, áneðdamos naujoves, kurios tam tikru mastu jà apsunkina, kita vertus, suteikia jam naujos gyvybinës jëgos. Tokiu bûdu pats bendravimas tampa realiu kultûros objektu, kuris gali bûti apraþytas ir tyrinëjamas, kaip fiksuotas tarpasmeninio ir tarpgrupinio komunikavimo veiksmas, kuriuo bandoma spræsti tam tikras socialines problemas.

Fiksuotos formos savaip tà bendravimà institucionalizuoja. Pats bendravimas tampa „reliatyviai autonomiðkas“ dalykas jo dalyviø atþvilgiu, nes asmenø tarpusavio bendravimas ánanomas tik per priimtas, aporuotas ir aiðkiai fiksuotas bendravimo formas.

Individualûs asmenø bendravimai labai skiriasi, nes þmonës turi skirtingus ásipareigojimus ir siekius perduodami informacijà kitiems. Be to, vieni þmonës labiau laikosi formalaus bendravimo, stengiasi tik atliepti fiksuotas bendravimo formas, kiti perduodami informacijà linkë labiau jà interpretuoti. Átakos turi ir tai, koku bûdu bendraujama (þodþiu, raðu, gestais, mimika ir pan.) ir koks komunikacinis kontekstas (rimtas ar nerimtas, formalus ar neformalus).

Be to, derëtø atkreipti dëmesá á tokius du svarbius dalykus

Pirma, komunikacijos (bendravimo) santykiø pobûdà – ar tai kooperatyvus, ar konfrontacinis bendravimas, egalitarinis ar neegalitarinis ir pan.

Antra, bendravimo funkcijas – ar tai paprastas pasakojimas, ar argumentuotas pasakojimas, ar paprasèiausi tauðkalai. Toks skirstymas gali tapti pagrindu (kriterijumi) neformalø bendravimà skirstant á tipus, t. y. jà tipologizuojant.

Natûralu, kad kyla klausimas – kokià vietà neformali komunikacija uþima visuomenëje, individø ir atskirø socialiniø grupiø komunikacijos kontekste, kiek ji svarbi?

Sakëme, kad individo ir atskirø socialiniø grupiø *informacinà biudþetà* sudaro gaunama formali oficiali informacija ir neformali, gaunama neformalaus tar-

pasmeninio bendravimo metu. Pastaroji būdama spon-taniška, iš esmės nevaldoma turi tiesioginę ataką ben-dram visuomenės komunikacijos procesui, ją savaip nuspalvindama emocionalu ir priversdama ieškoti bū-dų, kad pateiktoji oficiali informacija būtų kiek ana-noma tikslesnė, išsamesnė ir nereikalaujanti papildomų aiškinimų“, nors tokie aiškinimai (gandų pavidalu) iš-vengti vargu ar ananoma. Kaip ne keista, bet infor-macija apie asmenis ir ávykius, gauta iš neformalių áaltinių, daugeliui atrodo patikimiausia, todėl laukia-ma ir priimama be didesnių abejonių.

Taigi galima tarti, kad gandas kaip neformalios komunikacijos produktas, viena vertus, skatina ofi-cialios informacijos „atvirėjimą“ ir didesnį jos priei-namumą individams ir atskiroms grupėms, kita ver-tus, visada išlieka savotišku tarpininku tarp oficialios informacijos teikėjų ir likusios visuomenės dalies, kuri visada nori suþinoti „daugiau“. Vadinasi, egzistuoja tam tikri veiksniai, ne tik skatinantys, bet ir palai-kantys gandų buvimą visuomenėje.

GANDŲ ATSIKIRADIMO IR PLITIMO PRIEÞASTYS

Reikia paþymėti, kad vieningo poþiūrio á gandų kili-mą tarp sociologų nėra.

Amerikos sociologas T. Shibutani laikosi paþiū-ro, kad gandų atsiradimo prieþastis – informacijos gausėjimas apie ekologines, ekonomines, socialines ir kitokias grėsmes, nuolat tykančias pavienio individo ir visuomenės. Kadangi toji informacija nėra pilna, išsami, neretai gan prieðtaringa, tai natūralu, kad ky-la noras suþinoti apie tai vis daugiau ir iš ávairių áaltinių. Kitaip tariant, susidaryti visapusiškesnį vaiz-dą. Būtent tai, T. Shibutani teigimu, kaip tik ir suda-ro palankią terpę ávairioms spėlionėms ir nepagrás-tiems aiškinimams, t. y. gandams, plisti (Shibutani 1966).

Kita vertus, paėios ir masinės informacijos prie-monės, teikiančios visuomenei informaciją, sunkiai ái-vaizduojamos be gandų, kurie yra neatsiejama tos informacijos dalis. Juk pilietis nori þinoti vis dau-giau. Tenkindamos áá poreiká þiniasklaidos priemonės nuolat varþosi tarpusavyje, pateikdamos vis naujas vi-suomenei rūpimo ávykių, reikiðkinio aiškinimo versijas ir tuo skatina ávairius gandus. Þiniasklaidos priemo-nių monopolizavimas valstybės ar kelių privaėių mo-nopolistų rankose sudaro galimybę per gandų teiki-mą daryti kryptingá poveiká þmonių sáimonei (Ellul 1970).

Gandų objektu paprastai tampa svarbūs, bet ne-vienareikiðmiai aiškinami ávykiai, kurių baigtis dar iki galo nėra neaiðki. Jei ávykis yra nereikiðmingas, aið-kus, tai vargu, ar jis taps gando objektu.

Panaðios nuomonės laikosi ir K. U. Nkpa (1977: 332–346), ir D. Handelsmann (1999). Jie pastebi, kad visuomenei sparėiai vystantis, kai kurie atsiradę nauji reikiðkiniai ir ávykiai negali būti paaiðkinti, remiantis

þinomomis koncepcijomis ir áprastinėmis priemonė-mis. Kai taip atsitinka, þmonės būna priversti ieškoti naujų reikiðkinų ir ávykių paaiðkinimų, kurie patenkin-tų þmogiðkajá smalsumą.

Taigi, kaip matyti, gandų tyrinėtojai akcentuoja skirtingas áio fenomeno kilimo prieþastis. Galima iš-skirti penkias pagrindines gandų kilimo ir sklidimo visuomenėje prieþasėių grupes:

- Informacijos kokia nors tema trūkumas;
- Informacijos trūkumas tema, reikiðminga kon-krečiam individui;
- Spartus naujovių plitimas;
- Individo „nerimastingumo“ lygis;
- Tikėjimas gandų teisingumu ir būtinumu.

1. Informacijos kokia nors tema trūkumas. Dau-guma gandų tyrinėtojų (G. W. Allport, L. Postmann ir kt.) sutinka, kad svarbiausiu veiksmiu, skatinanėiu individá domėtis gandas, yra informacijos trūkumas. Já sálygoja:

- ávykių nutylėjimas masinėse informavimo prie-monėse,
- tyėinis teikiamos informacijos iškraipymas, kurá atlieka þurnalistai, vadovaudamiesi ávairiais motyvais ir interesais,
- visuomenės nepasitikėjimas þiniasklaidá ir þur-nalistais;
- nepasitikėjimas politikais, oficialios valdþios at-stovais ir jų teikiama informacija.
- suinteresuotų individų, grupių savo tikslo sieki-mas, skleidþiant piktavaliðká informacijá.

2. Informacijos trūkumas tema, reikiðminga kon-krečiam individui. Kiekvienas konkretus individas turi savų problemų, kurias sprásdamas ieðko informacijos atitinkama já dominanėia tema. Jos nerásdamas ar gaudamas ne visá, ieðko kitų áaltinių, nes ái tema jam labai rūpi ir atrodo reikiðminga. Taip susidaro atitinkamos (teminės) informacijos paklausos erdvė, kuriá reikia uþpildyti. Já uþpildantys gandai daþnai cirkuliuoja pakankamai ribotose auditorijose, nepa-liesdami platesnių visuomenės sluoksnių. Iš esmės jie tenkina informacijos stygių konkreėia tema, kuri do-mina individá. Tokio gando gyvybingumas tiesiogiai priklauso nuo temos aktualumo individui ir infor-macijos apie já trūkumo.

Tai išreiðkia gando dėsnių esmė (Allport, Po-stmann 1947: 501–517). *Pagal áá dėsniá gandų intensy-vumas priklauso nuo temos aktualumo auditorijai ir informacijos trūkumo (neapibrėþtumo) áia tema.*

3. Spartus naujovių plitimas. Jis sietinas su mokslo bei technikos pasiekimais ir jų diegimu prak-tikoje. Viena vertus, naujų technologijų galimybės ir jų pritaikymo pasekmingumas kelia visuotiná susiþa-vėjimá, nes ágalina pakeisti neefektyvias gamybos ir valdymo formas ir tuo suteikia rimtá pagrindá stabi-liam ekonominiam augimui, o tuo paėiu ir visuome-

nës nariø gerovei. Kita vertus, uþgiuvæs naujoviø srautas, apimantis visas gyvenimo ir veiklos sritis, nėra visiems vienodai suprantamas ir priimtinas.

Tai savo ruoþtu ir skatina naujoves supratinëti ir „priiminëti“ suteikiant joms atitinkamà „apiforminimà“ ir pavidalà, naudojantis neformalios komunikacijos forma – gandas. Taigi, objektyviai þvelgiant, pats spartus naujoviø plitimas, sukeldamas dalies visuomenës nerimastingumà, didina jos jautrumà naujovëms ir skatina ávairias spëliones, kurios galiausiai neiðvengiamai virsta gandas. Kita vertus, tie gandai, nors savaip ir neretai nepatikimai aiðkinantys naujoves, taëiau bûtent jie, ir skatina þmoniø smalsumà ir domëjimàsì jomis.

4. Individo „nerimastingumo lygis“. Pastebëta, kad nerimastingi, jautriai reaguojantys á menkiausius aplinkos poveikius þmonës dabniau aptarinëja ir perdavinëja gandas (Anthony 1973: 91–98). Pastaraisiais metais ðis veiksnys pelnë didelio tyrinëtojø dëmesio ryðium su pasirodymu vadinamøjø „gandø nuo siuntëjø“. Ðiuose ganduose informuojama apie neigiamas pasekmes, kurias tariamai sukelia kai kurie vartojami maisto produktai (pvz., genetiðkai modifikuoti augaliniai produktai (kvieèiai)). Kai kurie autoriai mano, kad tikëjimà gandas sàlygoja latentinis nerimastingumas, kurà skatina nepertraukiamas naujø technologijø skverbimasis á visas gyvenimo sritis, ypaè á maisto produktø ir vaistø gamybà (Sapolsky 1986).

5. Tikëjimas gandø teisingumu ir bûtinumu. Realybë tai, kad jokia informacija apie ávykà asmenà ar reidkinà nėra galutinë ir dël ávairiø (objektyviø ir subjektyviø) prieþasëiø negali bûti visiðkai perduota. Ði aplinkybë sudaro prielaidas gyvuoti nuostatai, jog ávairios organizacijos ir institucijos, ypaè valdþios visada turi kà nuo pilieèiø nuslëpti, o ðie norëtø suþinoti apie tai daugiau. Gandai kaip tik ðà poreikà savaip patenkina. Be to, jie remiasi emociniu pasàmonës lygmeniu, artimu masinio þmogaus suvokimui, todël ði informacija lengvai priimama.

Kita vertus, neretai pasirodo, kad ganduose bûta ir dalis (tegul ir nedidelë), bet tiesos. Tuo būdu stiprinama nuostata, kad gandai bûtini – ir pirmiausia kaip teisingesnës ir pilnesnës informacijos ið ávairiø institucijø gavimo skatintojai.

Gandø paplitimas visuomenëje ir atskirose socialinëse grupëse rodo, kad jie atlieka svarbias socialines funkcijas.

GANDØ SOCIALINËS FUNKCIJOS

Gandai paprastai orientuoti á tam tikras socialines grupes arba atskirus individus. Todël ðiuo poþiûriu sàlyginai bûtø galima iðskirti du funkcinius orientacinius gandø lygius: grupës ir individo. Nepaisant skirtingos gandø skleidimo orientacijos, jie atlieka tas paëias socialines funkcijas.

Pirma, padeda formuoti ir iðsaugoti socialinà (ir nacionalinà) tapatumà. Esmë tai, kad nors gando turi-

nys pasiduoda transformacijai, taëiau kai kurios turinio detalës pasilieka nepakitusios. Viena ið tokiø detaliø – „mes“ ir „jie“ konstrukcija vienos grupës pranaðumo kitos atþvilgiu kontekste. Platinamas gandas apie socialinà grupæ tampa savotiðku jos atþaþinimo þenklu. Ðiuo aspektu gandai padeda formuoti ir iðsaugoti socialinës grupës tapatumà.

Antra, didina grupës vientisumà (homogeniðkumà). Tai atsitinka tam tikro proceso dëka: grupës viduje vykstantys gandø aptarimai padeda iðsikristalizuoti bendrai pozicijai ir sumaþinti individualiø nuomoniø skirtumus, o tai galiausiai padidina grupës vientisumà (homogeniðkumà). Þmonës, dalyvaudami gando „þaidime“, jauëiasi esà komandos nariais, kurie þino „daugiau“, ir tai juos sutelkia.

Treëia, sàlygoja sprendimø priëmimà kilus ávairaus tipo (tarpgrupiniams ir tarptautiniams) konfliktams. Reikalas tas, kad ðiuolaikinëse visuomenëse konfliktuojanëioms pusëms galimybës paveikti vienai kità ið esmës yra apribotos tiek ástatyminiais rëmais, tiek visuomenës nuomone. Dël ðios prieþasties iðauga reikðmë tokiø poveikio formø, kurios padëtø pakeisti didþiosios visuomenës dalies nuomonæ apie iðkilusà tarpgrupinà, tarptautinà ar tarpvalstybinà konfliktà, kreipiant jà ta kryptimi, kuri yra naudinga vienai ið konfliktuojanëiø pusiø. Tokius pakitimus ámanoma inspiuoti platinant atitinkamà informacijà ir teikiant visuomenei specialiai parinktus duomenis. Tie duomenys platinami tiek þiniasklaidos, tiek neformalios komunikacijos kanalais. Taigi gandai ðiuo poþiûriu vaidina svarbø vaidmenà ne tik veikiant, bet ir spartinant sprendimø priëmimà.

Ketvirta, gandai padeda individui ir grupei siekiant savø tikslo. Pirmiausia gandai gali bûti sëkmingai panaudojami oponento diskreditavimui daugumos gyventojø akyse. Nenuostabu, kad ikirinkiminës kampanijos metu labai padaþnëja gandø apie kandidatø „tikruosius“ tikslus, asmeninà gyvenimà, abejotinus politikus ir pan. Kaip rodo praktika, gandø skleidimas siekiant savø tikslo – áprastas dalykas ne tik politiniame gyvenime, bet ir kitose veiklos srityse (verslo, kultūros, meno ir kt.).

Penkta, gandø panaudojimas, siekiant iðprovokuoti veiksmus, kurie bûtø naudingi vienai ið konfliktuojanëiø pusiø. Èia galima kalbëti apie masinà betvarkæ, boikotus, streikus ir pan. Pavyzdþiui, gandai apie visiðkà produktø iðnykimà, skleidþiami opozicijos, veda link to, kad þmonës ið tiesø supirkinëja visas prekes, taip sukeldami kainø augimà ir deficità. O kaltæ uþ susidariusià situacijà gyventojai suverëia valdþiai. Prisiminkime, kad ir gandas apie Vilniaus Banko tariamà nemokumà, paskleistus prieš Prezidento rinkimus 2003 m. gruodà ir jø pasekmes ðiai finansinei institucijai.

Šešta, gandø panaudojimas oponentui klaidinti. Istoriijoje yra þinoma atvejø, kai valstybës vadovai, skleiddami gandas apie begalinà savo kariuomenës pajëgumà, sumaþindavo prieðø karinà ryptà. Taip elgësi Èingischanas. Jis skleidë gandas apie milþiniðkà savo

kariuomenės galybė, taip malđindamas prieš koviną dvasią. Oponento klaidinimas gali būti nukreiptas ir priešingą linkmę: kai skleidžiami gandai apie savo pagėgę ir galimybių nepakankamumą. Taip elgėsi fađistinė Vokietija, norėdama atikinti Didžiosios Britanijos gyventojus tuo, kad Vokietijos kariuomenė yra nepasiruođusi aktyviai ir ilgai kovai.

Plačiai naudojasi gandai ir verslo struktūros, siekdamos suklaidinti konkurentus, ypač pateikdamos á rinką naujas prekes ir nustatydamos jų kainas.

Septinta, gandai aprūpina individą papildoma informacija neaiđkiose ir pavojingose situacijose, tuo padidindami jo galimybes geriau susiorientuoti naujoje aplinkoje. Realybė tai, kad individas, patekęs á neaiđkias ir pavojingas situacijas, ne visada turi pakankamai tikslios patikrintos informacijos, kaip reikia elgtis. Kita vertus, ne visada tokia informacija ir galima, nes kiekviena situacija yra unikali. Todėl natūralu, kad stengiamasi ieđkoti papildomos informacijos, nors ir nepatikrintos, kuri leistų žmogui susiorientuoti naujoje aplinkoje. Tokia neformaliá informacijá individui kaip tik ir siūlo gandas.

Tiesa, gando informacijos poveikis individo elgesiui nėra vienareikšmis: jis gali ne tik padidinti baimę bei sukelti paniką, bet ir sumažinti baimę ir numalđinti paniką. Taip pat jis gali padidinti átempá visuomenėje ir sukelti masines riauđes. Gando poveikis labai priklauso nuo dviejų dalykų – gando ŗaltinio ir turinio ypatumų.

Ađtunta, gandas kaip priemonė socialiniam susvetimėjimui mažinti, neformaliam tarpasmeniniam bendravimui ir bendradarbiavimui skatinti. Gandui reikalingas pađnekovas – „kitas“, kuriam būtų galima perduoti konfidencialiá informacijá, kuri yra asmeniškai svarbi, intymi, neskleistina, taėiau kartu norima ja pasidalinti su patikimu, artimu žmogumi. Galima pasakyti ir taip: gandas – tai kvietimas ŗokiui informaciniame lauke nepažstamojo, kuris jo laukė ir viliasi tapti jūsų draugu.

Taigi, kaip matyti, gandas atlieka ávairias ir gan svarbias socialines funkcijas visuomenėje. Taėiau gandas ir lieka gandu. Jis kaip netikras pinigás – atrodo viliojanėiai, bet pirkimo galios neturi. Nepaisant to, visais laikais buvo, yra ir bus pinigų padirbinėtojų, siūlanėių savo paslaugas, nes visada buvo ir bus lengvatikių ir smalsuolių. Tad visada buvo ir bus gandas, pasirengęs ŗá poreiká patenkinti.

ĮVADOS

1. Kiekviena informacijos pateikime visada yra dalykų, kuriuos žmonės supranta skirtingai. Tai lemia du dalykai. Pirma, skirtingas žmonių išsilavinimas, kultūrinė patirtis, amžius, profesija ir t. t. Antra, skirtingas leksikos (sąvokų turinio) supratimas. Tokiu būdu atsiranda skirtis tarp „žinojimo, kas tai yra“ ir „žinojimo apie tai, kas tai yra“. Gandui kaip neformalios komunikacijos formai kaip tik ir rūpi ne žino-

žimas, kas tai yra, o bandymas paaiškinti „žinojimą apie tai, kas tai yra“, remiantis ne tiek patikrintais faktais, kiek nuojautomis ir spėlionėmis, taėiau ávilkdomis á kasdienio sąvokų supratimo rúbá, ir informacijá nuo savęs „papildant“, sureikšminant (ar sumenkinant) viená ar kitá naujienos detalę. Tà norá neretai sustiprina ir pati oficialios informacijos pateikimo forma, kuri pasižymi tam tikru abstraktumu ir lingvistinės išraiđkos sudėtingumu.

2. Egzistuoja ir objektyvios gando atsiradimo ir plitimo visuomenėje priežastys. Pirma, informacijos trūkumas konkreėia tema, kuri ádomi ir svarbi visuomenei. Tai – ávykių nutylėjimas masinėse informacijos priemonėse; tyėinis teikiamos informacijos iškraipymas, kurá atlieka žurnalistai, vadovaudamiesi ávairiais motyvais ir interesais; visuomenės nepasitikėjimas žiniasklaida ir žurnalistais; nepasitikėjimas politikais, valdžios atstovais ir jų teikiama oficialia informacija; suinteresuotų grupių ir pavienių asmenų savo tikslų siekimas, skleidžiant piktavališká informacijá. Antra, informacijos trūkumas konkreėiam individui jam svarbia tema. Treėia, spartus plitimas mokslo ir technikos atradimų ir skverbimasis á ávairias gyvenimo sritis technologinių naujovių, kurių supratimas reikalauja atitinkamo neformalaus „apiforminimo“, t. y. pateikimo atitinkamu pavidalu, kurá iš dalies ir teikia gandai.

3. Gando paplitimas visuose visuomenės sluoksniuose ir socialinėse grupėse rodo, kad jie atlieka ir svarbias socialines funkcijas. Pirma, padeda formuoti ir išsaugoti grupei ir individui socialiná (ir nacionaliná) tapatumá. Antra, didina socialinės grupės vientisumá (homogeniškumá). Treėia, sąlygoja sprendimų priėmimá kilus ávairaus tipo (tarpgrupiniams ir tarpautiniams) konfliktams. Ketvirta, padeda individui ir grupei siekiant savų tikslų. Penkta, padeda išprovokuoti veiksmus, kurie būtų naudingi vienai iš konfliktuojanėių pusių. Œeđta, padeda suklaidinti oponentá. Septinta, suteikia individui papildomos informacijos neaiđkiose ir pavojingose situacijose, tuo padidindami jo galimybes geriau susiorientuoti naujoje aplinkoje. Ađtunta, mažina socialiná susvetimėjimá, skatina neformalų tarpasmeniná bendravimá ir bendradarbiavimá.

4. Gando „gyvenimas“ ŗalia oficialios patikrintos informacijos ir visų sluoksnių bei socialinių grupių didesnis ar mažesnis poveikumas rodo jo prieštarinęá galiá. Gando informacija, būdama didelės žmonių grupės kūriniu, tampa reikšminga ir svarbi. Ja imama operuoti visuose socialinio bendravimo lygmenyse. Ji gali tapti (ir tampa) reikšmingesne už oficialiá. Būdama spontaniška, iš esmės nevaldoma, ji turi tiesioginę átaká bendram visuomenės komunikacijos procesui, suteikdama jam daugiau emocionalumo ir kartu skatindama oficialiosios informacijos „atvirėimá“, didesná jos pateikimo išsamumá, prieinamumá individams ir atskiroms socialinėms grupėms.

Literatūra

1. Allport, G. W.; Postmann, L. 1947. „An Analysis of Rumor“, *Public Opinion Quarterly*. 10: 501–517.
2. Allport, G. W.; Postmann, L. 1965. *The Psychology of Rumor*. New York: Russell.
3. Anthony, S. 1973. „Anxiety and Rumor“, *Journal of Social Psychology* 89: 91–98.
4. Arno, A. 1980. „Fijian Gossip as Adjudication: Communication Model of Informal Social Control“, *Journal of Anthropological Research* 36: 343–360.
5. Aškinis, A. 1994. „Oficialioji informacija ir gandai“, *Vilniaus tribūna* 14: 4.
6. Bergman, J. R. 1993. *Discreet Indiscretions*. New York: Aldine De Gruyter.
7. Black, D. 1984. *Toward a General Theory of Social Control*. Vol. 1. Orlando, Fla.: Academic Press.
8. Ellul, J. 1970. *Technological Society*. New York: Vintage Books.
9. Girnius, K. 2001. „Apie Lietuvos politikø manipuliavimą“, *Atgimimas* 13: 7.
10. Goffman, E. 1981. *Forms of Talk*. Oxford; Oxford University Press.
11. Handelmann, D. 1999. *Gossip in Encounters*. New York: Basic Books.
12. Heller, A. 1984. *Everyday Life*. London; Routledge and Kegan Paul.
13. Holbrooke, B. 1983. *Gossip. How to Get It before It gets you, and Other Suggestion for Social Survival*. New York: St. Martin's Press.
14. Jones, J. 1980. „Gossip. Notes on Women's Oral Culture“, *The Voices and Words of Women and Men*, Ch. Kramaræ (ed.). Oxford: Pergamon Press.
15. Karpferer, J. N. 1987. *Rumoure. Le plus vieux media du monde*. Paris.
16. Levin, J.; Arluke, A. 1985. „An explanatory analysis of sex differences in gossip“, *Sex Roles* 12: 281–286.
17. Levinson, S. C. 1983. *Pragmatics*. Cambridge: Cambridge University Press.
18. Murphy, M. D. 1985. „Rumors of Identity: Gossip and Rapport in Ethnographic Research“, *Human Organizacion* 44: 132–137.
19. Næcka, E. 2003. *Inteligencja. Geneza. Struktura. Funkcje*. Gdansk: Gdanskie Wydawnictwo Psychologiczne.
20. Nkpa, K. U. 1977. „Rumors of mass poisoning in Biafra“, *Public Opinion Quarterly* 41: 332–346.
21. Parsons, E. C. 1997. *Town Gossip*. Chicago; Chicago University Press.
22. Parsons, W. 2001. *Vieðoji politika. Politikos analizës teorijos ir praktikos ávadas*. Vilnius: Eugrimas.
23. Pomerantz, A. 1984. *Structures of Social Action: Studies in Conversion Analysis*. Cambridge: Cambridge University Press.
24. Ramoðkienë, S. 2000. Sausis. „Gandai“ *Artuma* 1.
25. Rysman, A. 1982. „How gossip Became a Women“, *Journal of Communication* 27: 176–180.
26. Sabini, J.; Silver, M. 1982. *Moralities of Evereday Life*. Oxford: Oxford University Press.
27. Sapolsky, H. M. 1986. *Consuming Fears*. New York: Basic Books.
28. Shibutani, T. 1966. *Improvised News: Sociological Study of Rumor*. Indianapolis.
29. Smith, Th. 2001. „Custom, gossip, legislation“, *Social Forces* 16: 24–34.
30. Spacks, P. M. 1985. *Gossip*. New York: Knopf.
31. Stein, M. R. 1972. *The Eclipse of community: An Interpretation of American Studies*. Princeton: Princeton University Press.
32. Ðventasis Raðtas. Senasis ir Naujasis Testamentas. 2 papild. leid. Vilnius: Katalikø pasaulis, 1999.
33. Weigle, M. 1989. *Women as Verbal Artists*. London.
34. Åðaçað, Å. Ñ. 1991. *Ðĩññey: êðêòêêâ êñòĩðê-âñêĩãĩ ãĩúòâ. Ì ãñêää. Ò. 3.*
35. Åĩ aðëýĩ ãã, Å. Ê.; Êãääøĩã, Å. Ê.; Õëĩĩüãã, Å. Ò. 1993. „Ñëóóê êãê ãĩòêãëüĩ úé òãĩ ãĩãĩ“, *Ñĩòêĩêĩãê-ãñêêã êññêããĩããĩêý. 1.*
36. Ñĩ æëãð, Í. 1994. *Ñĩòêĩêĩãêý. Ì ãñêää: Õãĩ êëñ.*

Valdas Pruskus**THE PHENOMENON OF RUMOURS: ORIGIN AND SOCIAL FUNCTIONS****Summary**

In every presentation of information there are always things that are understood differently by different people. This is determined, by two factors: firstly, different intelligence, cultural experience, age, profession etc. of the people, secondly, different understanding of vocabulary (meaning of concepts). Thus, there is a difference between “knowing what it is” and “knowing about what it is”. A rumor is a means of not official communication and is concerned with not knowing what it is but with trying to explain “knowing about what it is”, on the ground of not so much verified facts as on the feelings and speculations clad into a daily garment of understanding of concepts and information, adding more or less meaning to one or another detail of the news by an individual himself.

Thus, not official (non-verified) information can become (and becomes) more important than the official one. Being spontaneous, actually not controlled, it influences directly the general process of public communication in its own way, giving it emotionality and making propagators of official information look for ways to convey their information in a much more precise, exhaustive, thorough way, not needing additional explanations, though (in the form of rumors) it is not easy to avoid them completely.

There also exist objective reasons for the origin and spreading of rumors in society. First, the shortage of information on a specific subject which is of interest and importance to society.

That is not announcing of the events over the mass media; intentional misrepresentation of the information being given by journalists due to various reasons and interests; public distrust of the mass media, journalists, politicians, government authorities and official information conveyed by them;

trying to achieve their goals by interested groups and individuals in spreading malicious information. Second, the lack of information concerning a specific issue for that individual. Third, fast spreading of scientific and technological inventions over different spheres of life, the understanding of which requires a corresponding official presentation in the form partly given by rumours.

Spreading of rumours in wide sections of the population and social groups show that they also perform very important social functions. First, they help a group and an individual to form and preserve their social (including national) identity. Second, they strengthen the integrity of a social group. Third, they influence decision making in case of different types of (intergroup and international) conflicts. Fourth, they help the individual and the group achieve their

goals. Fifth, they help the parties provoke actions which would be useful to one of them. Sixth, they help someone mislead the opponent. Seventh, they give the individual additional information in unclear and dangerous situations, thereby increasing one's possibilities to better react to a new situation. Eighth, they decrease social alienation, encourage informal mutual personal contacts and cooperation.

Existence of a rumour together with official verified information, exerting a stronger or weaker influence upon all strata of social groups shows, on the one hand, its discrepant power and on the other its amazing viability conditioned by its dual nature.

Key words: rumour, information, communication, mass media, social functions of rumours, origin of rumours, cooperation, social groups