



VALDAS PRUSKUS

Vilniaus Gedimino technikos universitetas

NEFORMALIOJI KOMUNIKACIJA: GANDO SANDAROS STRUKTŪRINIŲ ELEMENTŲ YPATUMAI IR SĄVEIKA

Informal Communication: The Elements of the Structure
of the Rumor and Their Features

SUMMARY

The article analyses three main structural elements: the content of the rumor (the subject, matter), the creator of the rumor (the distributor), and the user of the rumor (recipient). All elements are equally important. Nevertheless, each of the elements performs a unique independent role. Their identity and their interaction are revealed. Also, the context of the rumor is distinctive because of the futures which guarantee its vitality and attractiveness. They are impossible to check. Changes of information enable different interpretations of their urgency to a person, a social group or society. The essential sign of circulating information is its privacy. In other words it has to concern the private affairs of individuals, institutions and organizations. On the one hand, the information given about private affairs has to be valuable to the person who gives it. On the other hand, the information has to contain the element of socially significant information which could interest surrounding people.

SANTRAUKA

Straipsnyje analizuojami pagrindiniai gando struktūriniai elementai: gando turinys (objektas, dalykas), gando kūrėjas (platintojas) ir gando vartotojas (recipientas). Parodoma, kad visi elementai yra vienodai svarbūs, nes tik kartu jie sudaro prielaidas gandui gyventi ir tarpiti. Tačiau kiekvienas iš jų atlieka ir savitą savarankišką vaidmenį. Parodoma, kad gando gyvybingumą ir patrauklumą užtikrina šios savybės: informacijos nepatikrinamumas, nuolatinė jos kaita, leidžianti imtis įvairių interpretacijų, ir jos aktualumas individui ir visuomenei. Esminė skleidžiamos informacijos žymė – jos privatumas. Kitaip tariant, ji gali būti apie privačius asmenis, institucijos reikalus, tačiau vertinga ne tik tam, kuris ją teikia, bet ir ją priimančiam. Atskleidžiamas gando turinio, jo platintojo ir priėmėjo savitumas ir tarpusavio sąveika.

RAKTAŽODŽIAI: neformalioji komunikacija, gandas, individas, informacija, gando vartotojas, žiniasklaida.

KEY WORDS: informal communication, rumor, social system, information, the recipient of the rumor, media.

IVADAS

Gaunamą informaciją žmonės dažnai supranta skirtingai. Tai lemia dvi aplinkybės: pirma, skirtingas žmonių išsilavinimas, kultūrinė patirtis, amžius, profesija ir 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 „žinojimas, kas tai yra“, bet bandymas paaiškinti „žinojimą apie tai, kas tai yra“, remiantis ne tiek patikrintais faktais, kiek nuojautomis ir spėlionėmis, įvilktomis į kasdieninio sąvokų supratimo rūbą ir turimą informaciją nuo savęs „papildant“ arba sureikšminant (ar sumenkinant) vieną ar kitą naujienos detalę.

Egzistuoja ir objektyvios gandų atsiradimo ir plitimo visuomenėje priežastys. Pirma, informacijos trūkumas konkrečia tema, kuri įdomi ir svarbi visuomenei. Tai įvykių nutylėjimas masinėse informacijos priemonėse; tyčinis teikiamos informacijos iškraipymas, kurį atlieka žurnalistai, vadovaudamiesi įvairiais motyvais ir interesais; visuomenės nepasitikėjimas žiniasklaida ir žurnalistais; nepasitikėjimas politikais, valdžios atstovais ir jų teikiama oficialia informa-

cija; suinteresuotų grupių ir pavienių asmenų savų tikslų siekimas, skleidžiant piktavališką informaciją. Antra, informacijos trūkumas konkrečiam individui jam svarbia tema. Trečia, spartus mokslo ir technikos atradimų plitimas ir skverbimasis į įvairias gyvenimo sritis. Technologinių naujovių supratimas reikalauja atitinkamo neformalaus „apiforminimo“, t. y. pateikimo atitinkamu pavidalu, kurį iš dalies ir teikia gandai.

Gandų paplitimas, jų gajumas ir poveikis paskatino mokslininkus (filosofus, sociologus, kultūrologus) įdėmiau įsižiūrėti į šį fenomeną, siekiant išsiaiškinti jų plitimą įvairiose socialinėse ir etnografinėse grupėse¹, vyrų ir moterų imlumą gandams ir aktyvumą juos platinant², socialinių veiksnių įtaką gandų cirkuliacijos procesui³, taip pat interneto ir kompiuterio įtaką jų plitimui⁴.

Lietuvoje gandų problematikai skirtų teorinių, analitinių darbų beveik neturime. Turbūt didžiausią įdirbį šioje srityje turi V. Pruskus⁵.

Straipsnio tikslas – išanalizuoti pagrindinius gando sandaros struktūrinius elementus, atskleisti jų savitumus ir tarpusavio sąveiką. Tai leidžia geriau suprasti šio fenomeno plitimą ir jo gajumą.

GANDO TURINYS

Skirtini trys pagrindiniai gando struktūriniai elementai: gando turinys (objektas, dalykas), gando kūrėjas (platintojas) ir gando vartotojas (recipientas).

Turbūt svarbiausias gando sandaros struktūrinis elementas yra gando turinys.

Būtent nuo skleidžiamos informacijos turinio priklauso tai, ar jis sudomins ir bus priimtas pašnekovo. Tad kokiomis savybėmis ši informacija turi pasižymėti?

Pirma. Gando platinamos informacijos nepatikrinamumas. Komunikacijos tarp

dviejų asmenų metu perduodama informacija apie trečią asmenį, kurio *čia ir dabar* nėra. Tas, apie kurį kalbama, jos negali niekaip paveikti (patvirtinti ar paneigti), nes jo šalia nėra. Taigi gando turinio (skleidžiamos informacijos) autentiškumo neįmanoma niekaip patikrinti. Telieta tai priimti kaip žinią. Šios informacijos cenzoriumi tampa ją priimantysis.

Antra. Nuolatinė informacijos turinio kaita. Teikiama informacija *pasizymi neapibrėžtumu, nekategoriskumu, aptakiais argumentais, kurie įgalina įvairias interpretacijas.* Tai sudaro prielaidas nuolatinėi gando turinio kaitai. Šią dinamiką suponuoja tai, kad kiekvienas, perduodamas gautą informaciją savo pašnekovui, nėra įpareigotas išsaugoti jos autentiškumo ir leidžiasi į tolimesnes jos interpretacijas.

Pradinė informacija paprastai gaunama dviem būdais – verbaliniu ir rašytiniu. Pirmuoju atveju (verbaliniu) informacija gaunama individų tarpasmeninio bendravimo metu iš patikimų, gerai informuotų asmenų, draugų ir pažįstamų. Ja pasitikima, nes pasitikima šiais asmenimis. Savo ruožtu, pastarieji, perduodami konfidencialią informaciją, ne tik supažindina su ja, bet ir įveda ją į tam tikrą žmonių, žinančių tą naujieną, ratą. Taigi tampama daugiau negu pažįstamais ir gerais draugais. Tokiu būdu gautoji informacija įgyja asmeniškumo atspalvį. Informacijos perdavimas auditorijai suteikia asmeniui reikšmingumo ir skatina šią veiklą plėtoti.

Antruoju atveju (rašytiniu) informacija teikiama per žiniasklaidą, kuri itin linkusi pateikti nepatikrintas žinias, ypač apie rūpimus visuomenei dalykus ir žinomus asmenis, tenkindama piliečių

smalsumą. Žiniasklaidoje pasirodžiusi nepatikrinta informacija, patekusi į skaitytojų akiratį greitai multiplikuojama, apauga įvairiomis papildomomis „naujienuomis“ ir spėlionėmis. Taigi peno gandams ir jų plitimui duoda žiniasklaida, kurios pateikta informacija šiaip ar taip yra vieša, todėl nusipelno ir atitinkamo dėmesio.

Trečia. Informacijos aktualumas individui ir visuomenei. Svarbu tai, kad ne bet kokia informacija gali virsti gandu. Gando perduodama informacija visada turi būti aktuali ta prasme, kad kalbama apie individui, socialinei grupei rūpimus aktualius dalykus, apie kuriuos nėra visos informacijos. Taip pat jo turinys turi liesti ir tas gyvenimo puses, kurios yra paprastai paslėptos nuo visuomenės. Tad nenuostabu, kad ypač domimasi:

- asmens privataus gyvenimo reikalais (asmens savybėmis, charakterio ypatybėmis, išvaizda, amžiumi ir t. t.);
- profesionaliomis savybėmis (tam tikros srities išsilavinimu, patirtimi, kompetencija);
- finansais ir turtais (namu, butu, automobiliais);
- šeima (žmona, vaikais, giminėmis);
- biografija (kilme, tautybe, vaikyste);
- aplinka (draugais, pažįstamais, kolegomis);
- santykiais su priešinga lytimi (žmona, meiluže, drauge);
- hobiu (įpročiais, potraukiais);
- sveikata (ligomis, jėga, darbingumu).

Gandas – privatumo palydovas. Galima pasakyti ir taip: gandas yra labiausiai linkęs paviešinti tai, ką kiekvienas laiko privačiu reikalu. Todėl jis vienodai negailestingas tiek visuomenėje žinomų,

ties eilinių piliečių atžvilgiu. Šia prasme jis pasižymi tam tikru visuotinumu (totalumu).

Kita vertus, akivaizdu ir tai, kad gandai daro skirtingą poveikį, kuris priklauso nuo gando turinio pobūdžio. Pagal turinio pobūdį gandai skirstomi į:

- gandas, mažinančius neaiškumą;
- gandas, orientuotus į veiksmą, kuris turi pakeisti situaciją;
- destruktivius gandas, sukeliančius agresiją;
- pozityvius gandas, sukeliančius simpatijas;

- gandas, aktualizuojančius baime;
- gandas, sukeliančius troškimus;
- ginančius gandas;
- užjaučiančius gandas ir t. t.

Kuo labiau gandas atitinka konkretų tipą, tuo masinė sąmonė juos priima geriau ir leidžiasi laisviau manipuliuojama. Tačiau gando tapsmui vien gando informacijos nepakanka. Daug kas priklauso ir nuo to, kas ir kaip ją pateikia ir išplatina. Taigi, kitas svarbus gando struktūrinis elementas yra gando platinotojas (gamintojas).

GANDŲ TEIKĖJAI (PLATINTOJAI)

Pirmiausia reikia pastebėti, kad gandas neturi autorystės ta prasme, kad sunku nustatyti pirmąjį, pateikusį nepatikrintą informaciją. Savo ruožtu ją priėmęs, jis ją toliau tvarko savaip, papildydamas tais niuansais, kurie jam pačiam atrodo svarbūs ir aktualūs. Tokiu būdu jis tampa ir gando platinotoju, ir gamintoju. Neatsitiktinai kartais šis asmuo siejamas su pačiu gandu – juk būtent jis ir yra gando nešėjas.

Nenuostabu, kad kai kuriose kalbose gandas reiškia ir pačią nepatikrintą informaciją ir jo platintoją – nešėją. Pavyzdžiui, anglų kalboje *gossip* reiškia ir gandą, ir žmogų, kuris jį gamina ir platina.

Kita šio žodžio reikšmė – liežuvavimas, plepėjimas. Antai vokiečių kalboje šis žodis (*klatschbase*) reiškia „plepėjimas, liežuvavimas“. Tai geranoriškas informacijos apie artimus ir gerai pažįstamus pateikimas. Tokiu gerai informuotu liežuvautoju paprastai gali būti žmogus, su aplinkiniais susijęs artimais ryšiais. Ne-

retai tai yra šeimos aplinkos žmonės, pavyzdžiui, močiutė, kuri daug žino apie savo vaikaitių privačius asmeninius reikalus. Kartu tai ne tik informuotas žmogus, bet ir keliantis tam tikrą pasitikėjimą, nes jis gerai žinomas. Todėl jo teikiama informacija priimama be didesnio kritiškumo. Be to, ši informacija dažniausiai cirkuliuoja šeimos ribose ir gerų šeimos draugų rate.

Neatsitiktinai prancūzų kalboje „gandas“ *commerage* savo kilme sietinas su *commere*, kuris reiškia „senelė, močiutė“. Panašiai yra ir ispanų kalboje „gandas“ – *comadreria* – kilęs iš žodžio *comadre* („senelė“).

Lietuvių kalboje gandas turi dvi reikšmes. Pirma, gandas – tai patenkinimas (smalsumo)⁶. Antra, gandas – tai gąsdinimas, įbauginimas, siekiant atgrasyti, atkeršyti⁷.

Nuo seno gandų skleidimas siejamas su moteriškos lyties atstovėmis. Tai matyti iš folkloro, anekdotų, įvairių pasa-

kojimų. Teigiama, kad moterys yra žymiai imlesnės gandams, nes jas labiau domina žmogiškųjų santykių sritis. Vyrams labiau rūpi veiksmai. Tuo tarpu būtent žmogiškųjų santykių srityje esama daug privatumo ir paslapčių, kurios ypač domina moteris. Turėdamos tokią informaciją, jos tuo pačiu įgyja didelę galią ir valdžią. Tą yra pastebėjęs Maxas Scheleris savo knygoje *Ressentiment* („pasiptikinimas, pagieža“). Autorius nurodo, kad moterys, būdamos silpnesnės už vyrus fizine prasme, bando tai kompensuoti nuolat stengdamosi turėti kuo daugiau privačios informacijos (tame tarpe ir apie vyrus), kurios pagalba galėtų jiems daryti įtaką ir valdyti⁸.

Galima pasakyti ir taip: pasaulio reikalus ir įvykius tvarko ir kuria vyrai, tačiau juos suvokti jiems padeda moterys, pateikdamos jiems interpretacijas, padedančias pažvelgti į juos netikėtu kampu.

Kai kurie tyrėjai⁹ moterų dalyvavimą ganduose sieja su moters psichikos ypatybėmis, jos padidintu smalsumu paslaptims, ypač apie privatų asmenų gyvenimą. Tokią lig šiol nežinomą informaciją apie trečią asmenį kaip tik ir gali suteikti gandas.

Tą paliudija ir atlikti sociologiniai tyrimai. Amerikiečių sociologai J. Levinas ir A. J. Kimmelis nustatė, kad gandais labiau domisi moterys nei vyrai (71% ir 64%)¹⁰. Tačiau moterų gandų reputuaras siauresnis – jų dėmesys daugiausiai sutelktas į gandus, susijusius su šeimos reikalais ir draugais.

Taip pat skiriasi vyrų ir moterų elgesys priimant gandą. Vyrai, priimdami neformalią informaciją, daugiau ar mažiau stengiasi ją vertinti racionaliai, suvokti „naujienos“ pagrįstumą. Tuo tarpu

moterys tam skiria mažiau dėmesio, į pateiktą „naujieną“ žiūri kaip į atsipūtimą, tam tikrą poilsį. Tačiau jo metu gauta informacija moterims yra kur kas vertingesnė nei vyrams ir jos geba žymiai geriau ja pasinaudoti siekdamos savų tikslų. Jos gali gandus pateikti žymiai įtikinamiau ir taip priversti jais patikėti. Žinoma, tai nėra gera reputacija, tačiau ne visada ji ir pasitvirtina.

Kita vertus, ne visi gando kūrėjai disponuoja vienoda informacija. Jos gavimo šaltiniai yra skirtingi, taip pat skiriasi ir tos informacijos pateikimo siekiai.

Vokiečių sociologas Georgas Sultzas knygoje *Gerai informuotas miestietis* išskiria tris idealius tipus, kurių informacijos pateikimo ketinimai skiriasi¹¹.

Pirmas tipas – tai „ekspertas“, kuris yra gerai informuotas apie konkrečią apibrėžtą sritį ir jo informacija patikima. Jam tiesiog smagu dalintis informacija, kuri kitiems neprieinama ir dėl to jis yra vertinamas.

Antras tipas – „žmogus iš gatvės“. Jis, priešingai nei „ekspertas“, yra prisirinkęs atsitiktinės informacijos (visko po truputį), kuria gali laisvai disponuoti priklausomai nuo situacijos ir pašnekovo. Jam tiesiog smagu rinkti nepatikrintos informacijos nuotrupas ir dalintis ja su kitais.

Trečias tipas – „gerai informuotas pilietis“ – užima tarpinę padėtį tarp anksčiau minėtų tipų. Viena vertus, jis nori turėti patikimą informaciją, kurią teikia „ekspertas“, susikoncentravęs konkrečioje srityje ir joje uoliai renkantis visas „naujienas“, kita vertus, siekia gauti kuo platesnę informaciją, kad galėtų susidaryti išsamesnį vaizdą, todėl besižvalgantis į „žmogų iš gatvės“ ir jo teikiamos informacijos spektro platumą.

Minėti trys tipai yra idealūs konstrukčiai, realybėje jie neegzistuoja. Kiekvienas iš mūsų savo kasdieniniame gyvenime tam tikrais momentais renkamės informaciją, kurią mums teikia „ekspertai“, „žmonės iš gatvės“ ir „gerai informuoti piliečiai“. Viskas priklauso nuo to, kokios informacijos mums reikia, kokia informacija mums tuo momentu atrodo svarbi.

Nepaisant šaltinių įvairovės, iš kurių platinamos nepatikrintos žinios ir tokiu būdu gaminami gandų produktai, yra vienas svarbus dalykas, kuriuo toji informacija turėtų pasižymėti. Toji žymė – privatumas. Kitaip tariant, tos žinios turi liesti *privačius asmens reikalus*.

Mes norime kuo daugiau sužinoti apie kito žmogaus poelgius, veiksmus ir ypač asmeninius reikalus, kurie paprastai nėra viešiniami. Tai reiškia, kad kėsinašmės į jo gyvenimo privatumą. Kyla klausimas, kokių pagrindų ir mastu tai leistina?

Neabejotina, kad kiekvienas iš mūsų turime teisę į asmeninio gyvenimo ir reikalų privatumą. Tačiau šis privatumas pasirodo nėra visiškas tabu. Mat tvarkydami savo privačius reikalus, mes kontaktuojame su kitais žmonėmis, naudojame jų darbu ir paslaugomis. Tad nenuostabu, kad jie irgi nori žinoti apie mus kuo daugiau. Ir ypač apie mūsų privačius reikalus. Turėti tokią informaciją svarbu ir mums, ir tiems, kurie nori žinoti kuo daugiau apie savo bendradarbius, klientus, darbuotojus, personalą ir pan. Kuo išsamesne informacija disponuojame (kad ir ne visai patikrinta), tuo geriau galime tvarkyti reikalus ir valdyti situaciją. Taigi domėjimasis neformalia informacija apie privačius asmenų reikalus yra neišvengiamas dalykas. Gando platintojai kaip tik ir siūlo mums tokią informaciją. Ta-

čiau kad būtų priimta, ji turi pasižymėti tam tikromis savybėmis.

Pirma. Teikiamos žinios apie asmens privačius reikalus privalo būti atitinkamai atrinktos ir socialiai patrauklios, įdomios, žadinančios smalsumą. Taigi pasižymėti privatumu. Gando gamintojas gali turėti iš jų naudos tiek, kiek žinias apie privatų asmens gyvenimą galima atitinkamai valdyti. Kitaip tariant, kiek galima jomis laisvai disponuoti, žinant, kad jos yra intymios ir dėl to jomis domimasi. Kita vertus, tos žinios turi būti ne tik kruopščiai parinktos, bet ir laiku „išmestos“ į neformalios informacijos mainų rinką, nes kiekviena naujiena turi savybę senti. Taigi svarbu, kad naujiena būtų pateikta tuo metu, kai jos labiausiai pageidaujama, laukiama. Tačiau tokia naujiena neturėtų būti „išmetama“ dažnai, kadangi dažnas jos pasirodymas mažina vertę, t. y. jos poveikis mažėja.

Antra. Teikiamos žinios apie privatų asmens gyvenimą visada turi moralinį aspektą – juk čia kalbama apie naujienas, kurias trečiasis asmuo linkęs slėpti, nes jos parodo jį iš tamsiosios pusės. Gando platintojas, tas naujienas perduodamas pašnekovui, rizikuoja būti apkaltintas neetišku elgesiu ir tokiu būdu sugadinti savo, kaip informacijos teikėjo, reputaciją. Todėl gando teikėjas turėtų taip paskirstyti (išmėtyti, paskleisti) savo žinias apie trečio asmens privačius reikalus, kad tai nebūtų palaikyta nedoru įsiveržimu į trečio asmens privačią erdvę ir leistų apkaltinti jį neetišku elgesiu. Tad svarbus vaidmuo tenka informacijos šaltiniui, iš kurio žinios apie privačius asmens reikalus yra gautos. Iš savo patirties kiekvienas žinome, kad yra skirtingi gandų skleidimo šaltiniai, iš kurių gali-

me tikėtis gauti neoficialių naujienų. Tad atitinkamai ir juos vertiname, kartais gan atsargiai, kartais į juos žiūrime kaip į papildomą priemonę, būdą, įgalinančią susidaryti aiškesnį vaizdą. Tačiau abiem atvejais, jaučiamės nesmagiai, nes domimės tuo, kas atrodo negalėtų būti pavadinta moraliu dalyku (užsiėmimu). Gal todėl ir gandy platintojas paprastai nėra linkęs prisiimti „naujienos“ autorystės, o siunčia mus toliau – sakydamas, kad, ją, atseit, sužinojęs iš gerų pažįstamų, o jis, jausdamas draugiškumą, norįs supažindinti su ja ir mus. Taigi – nekaltas noras, ir tiek.

Trečia. Teikiama informacija apie privačius reikalus turi vertę to asmens akyse, kuris ją pateikia. Tačiau tą informaciją dar reikia padaryti paklausia platesniam visuomenės ratui. Tam būtina, kad joje būtų ir socialiai reikšmingos informacijos elementas. Tik tokiu atveju ši informacija taps ir tikėtina, ir socialiai aktuali.

Todėl mūsų laikais gandy kūrimas ir sklaida vis labiau tampa savotišku vers-

lu. Į gandy naujienų kūrimą ir platinimą vis labiau įsijungia žiniasklaida. Jie tampa galingais gando naujienos transliuotojais visai šaliai, todėl gan įtakingais. Televizija ir radijas – universaliausia gandy platinimo mašina, ypač televizija, kur įmanomos visokios jų pateikimo formos. Dabartinis žmogus turi tarsi vizualinį kontaktą su beasmeniu televizoriumi, diktoriumi ar laidos vedėju, kuris naudojasi savo „ketvirtosios valdžios“ statusu ir aiškina paprastam piliečiui tam tikras sąlygines tiesas, kurios ryt turėtų tapti realia tikrove, bet dažnai tokia netampa. Būtent televizijos laidose galimi įvairūs kontekstų kaitaliojimai ir interpretavimai, kurie vieną kartą pateikiami vienaip, kitąsyk bent kiek kitaip.

Mūsų aukštųjų informacinių technologijų amžiuje paskleisti informaciją nėra sunku, sunkiau ją valdyti. Nenuostabu, kad auga gando teikėjo profesionalumo vaidmuo. Ne mažiau svarbi išlieka ir pati gando informacija, ypač jos patrauklumas ir priimtumas gando priėmėjui (vartotojui).

GANDO VARTOTOJAI (PRIĖMĖJAI)

Trečiasis gandy dalyvis yra gandy vartotojas (priėmėjas). Būtent jis priima tai, ką gandy gamintojas sukuria – gando turinį, įvilktą į tam tikrą formą.

Tarp gando vartotojo ir jam teikiamos informacijos turinio egzistuoja ypatingas ryšys, kuris nuolat diskutuojamas. Viena vertus, siūlomo gando turinys turi būti pripažintas gando vartotojo (priėmėjo). Kitaip tariant, jis turi būti tam tikru masu su juo susipažinęs ar bent jau girdėjęs, žinoti jo siūžeto rėmus tam, kad galėtų svarstyti. Jeigu to nėra, tai „naujiena“

bus jam išties visiškai naujas dalykas, kurio jis negalės priimti nekritiškai, automatiškai.

Kita vertus, gandą teikiantis asmuo vadovaujasi taisykle, kad žmogus, kuriam teikiama informacija, turįs ją priimti kaip pasitikėjimo ir draugiškumo ženklą ir todėl nesitiki susilaukti priešiško. Tačiau pašnekovas gali pareikšti ir savo nesutikimą teikiamam informacijos turiniui. Taigi, ne visi pokalbio dalyviai yra tinkami būti paklusniais gando priėmėjais. Kartais pašnekovai nelinkę lai-

kyti jiems teikiamos informacijos vertybė. Iš to galima daryti prielaidą, kad tam, jog gandas būtų priimtas, būtina, kad gando priėmėjas ir gando teikėjas būtų vienoje interesų ir siekių „erdvėje“. Kitaip tariant, būtina, kad pokalbis vyktų apie tai, ką abu daugiau ar mažiau išmano ir tai jiems rūpi; taip pat ir apie trečio asmens, kurio čia nėra, veiksmus, poelgius ir reikalus, kurie jiems įdomūs ir jie pasirengę turima informacija pasidalinti ir tuo būdu papildyti naujomis žiniomis. Teikti tokią informaciją yra pasirengęs gando platintojas, o potencialus gando priėmėjas pasirengęs ir nusiteikęs ją priimti. Toks informacijos perteikimas paprastai vyksta jaukioje aplinkoje ir pasižymi tam tikru intymumu. Nenuostabu, kad jaukioje namų aplinkoje dažniausiai perduodami gandai, kuriuos įgijome už namų sienų.

Tarp gando teikėjo ir gavėjo susiformuoja specifiniai santykiai, kurie sąlygoti perduodamos informacijos rūšies. Jeigu ta informacija liečia trečio asmens privačius reikalus, ji visada moraliai užteršta, nes tai yra apkalbėjimas, kadangi vyksta nedalyvaujant asmeniui, apie kurį kalbama. Todėl siekiant sumažinti nesmagumo jausmą vartojami tokie pasakymai kaip

„žmonės kalba, kad...“, „ta informacija ant daugelio lūpų“ ir panašiai. Tokiu būdu tarsi norima pasakyti, jog tokios informacijos skleidimas nėra moraliai smerktinas dalykas, nes taip elgiasi daugelis, tai yra tiesiog gyvenimo kasdienybė.

Savo ruožtu gando gavėjas, gaunantis informacijos, jaučiasi kaip gaunąs dovaną, kuria jis galės ateityje pasinaudoti siekdamas savų tikslų. Kartu jis jaučiasi esąs skolingas, ir turįs kažkaip atsidėkoti už pasitikėjimą. Todėl linkęs pasižadėti tos informacijos niekam neplatinti.

Tiesa, kartais ir pats gando platintojas bando įpareigoti priėmėją gautą žinią laikyti paslapyje („tai turi likti tik tarp mudviejų“, „pranešu tik tau vienam“, „nė žodžio apie tai X“ ir pan.). Tačiau tokie įpareigojimai nedaug tereiškia. Juolab kad tam priešinga pati gando prigimtis ir jo paskirtis. Juk šiaip ar taip, gandas turi tenkinti egzistuojantį nepatenkintą poreikį vis naujai ir naujai informacijai apie asmenis ir ypač jų privačius reikalus. Todėl jo kelionė iš lūpų į lūpas yra neišvengiama. Jos metu gandas įgyja vis naujas spalvas ir atspalvius. Kartais galiausiai jis netgi praranda savo pirminį pobūdį, turinio požiūriu virsdamas savo priešingybe.

IŠVADOS

Gandas cirkuliuoja kaip socialinė sistema, turinti atitinkamą struktūrą. Skirtini trys pagrindiniai gando struktūriniai elementai – gando turinys, gando teikėjas (kūrėjas) ir gando vartotojas (priėmėjas).

Gando turinys pasižymi savybėmis, kurios užtikrina jo gyvybingumą ir patrauklumą. Tai – platinamos informacijos nepatikrinamumas, nuolatinė informaci-

jos kaita, įgalinanti įvairias interpretacijas ir jos aktualumas individui, socialinei grupei ir visuomenei. Esminė platinamos informacijos žymė – jos privatumas. Kitaip tariant, ji turi liesti privačius asmens, institucijos, organizacijos reikalus. Kartu teikiama informacija apie privačius reikalus turi, viena vertus, turėti vertės tam asmeniui, kuris ją teikia, kita vertus, joje

turi būti socialiai reikšmingos informacijos elementas, kuris gali sudominti aplinkinius.

Skirtini trys gandų teikėjų tipai. Pirma, „ekspertas“ – gerai informuotas apie konkrečią apibrėžtą sritį, jo informacija patikima ir jam tiesiog smagu dalintis ja su kitais, kuriems ji neprieinama ir dėl to jis yra vertinamas. Antra, „žmogus iš gatvės“ – jis, priešingai „ekspertui“, yra prisirinkęs atsitiktinės informacijos, visko po truputį, ir gali ja laisvai disponuoti priklausomai nuo situacijos ir pašneko. Jam tiesiog smagu rinkti nepatikrintos informacijos nuotrupas ir dalintis su kitais. Trečia, „gerai informuotas pilietis“ – jis užima tarpinę padėtį tarp anksčiau minėtų tipų. Viena vertus, jis nori turėti patikimą informaciją, kurią teikia „ekspertas“, susikoncentravęs konkrečioje srityje ir joje uoliai renkantis visas „naujienas“, kita vertus, siekia gauti kuo platesnę informaciją, kad galėtų susidaryti išsamesnį vaizdą, todėl besizvalgantis į „žmogų iš gatvės“ ir jo teikiamos informacijos spektro platumą.

Minėti trys tipai yra idealūs konstruktai, realybėje jie neegzistuoja. Tačiau kiekvienas iš mūsų savo kasdieniniame gyvenime tam tikrais momentais renkame informaciją, kurią mums teikia „ekspertai“, „žmonės iš gatvės“ ir „gerai informuoti piliečiai“. Viskas priklauso

nuo to, kokios informacijos mums reikia, kokia mums tuo momentu atrodo svarbi, galinti papildyti žinojimą ir padedanti siekti savų tikslų. Tokiu būdu tampame gando priėmėjais.

Gando priėmimas reikalauja, viena vertus, atitinkamo pasitikėjimo ir draugystės santykių aplinkos sukūrimo, nes tai įgalina abipusį pasitikėjimą, be kurio sunkiai įmanomas privačios informacijos teikimas, kita vertus, įpareigoja priimančijai gautos informacijos neplatinti, neviešinti, tačiau tai sunkiai įgyvendinama užduotis, nes savo esme gando informacija skirta ne saugojimui, bet priešingai – platinimui. Gando informaciją priimančias ir toliau ją platinantis jos nebelaiko kažkuo ypatinga, o tik papildančia egzistuojančią informacijos lauką, kuriame nėra griežtų ribų tarp svarbių ir nesvarbių žinių. Visos jos reikalingos, nes padeda tenkinti asmeninio bendravimo ir artumo poreikį.

Kaip matėme, visi struktūriniai gando elementai vaidina savo vaidmenį ir yra vienodai svarbūs. Tačiau kiekvienas iš jų, paimtas atskirai, nedaug ką reiškia. Tik visų jų sąveika leidžia kalbėti apie gandą kaip neformalios tarpasmeninės komunikacijos reiškinį. Savo ruožtu jam *atsirasti* reikalinga tam tikra situacija, aplinkybės, kurios būtent ir sukuria atitinkamą aplinką jam gimti ir gyventi.

Literatūra ir nuorodos

¹ Žr. Nku Nkpa, Rumours of Mass Poisoning in Biafra. *Public Opinion Quarterly* 41 (3), 1977, p. 332–346; John Sabini, Maury Silver, *Moralities of Everyday Life*. Oxford: Oxford university press, 1982.

² Žr. Agnes Heller, *Everyday Life*. London: Routledge and Kegan Paul, 1984; Deborah Jones, Gos-

sip: Noteson Women's Oral Culture. Ch. Kramarae (ed.), *The Voice and Words of Women and Men*. Oxford: Pergamon Press, 1980; Marta Weigle, *Women as Verbal Artists*. London, 1989.

³ Žr. Eric Goffman, *Forms of Talk*. Oxford: Oxford University Press, 1981; Jean-Noel Kapferer, *Rumours. Leplus vieux media du monde*. Paris, 1987.

- ⁴ Žr. Prashant Bordia, Nicholas Difonzo, Problem Solving in Social Interaction on the Internet: Rumours as Social Cognition. *Social Psychology Quarterly Washington*, Vol. 67, 2004, p. 33–49.
- ⁵ Žr. Valdas Pruskus, Gandų fenomenas: kilimo priežastys ir socialinės funkcijos. *Filosofija. Sociologija* 4, 2005, p. 21–28; Valdas Pruskus, Pseudomokslinė informacija: plitimo priežastys ir gajumo prielaidos. *Santalka. Filosofija*. T. 14, 1, 2006, p. 77–88; Valdas Pruskus, Neformalioji komunikacija: gandai kaip socialinės kontrolės, saugos ir tapatumo užtikrinimo priemonė. *Logos* 78, 2014, p. 145–154.
- ⁶ Žr. *LKDŽ*, t. 3, 1956, p. 96.
- ⁷ Žr. Ten pat.
- ⁸ Žr. Max Scheler, *Ressentiment*. New York: The Free Press (1925), 1961.
- ⁹ Žr. Marta Weigle, *Women as Verbal Artists*. London, 1989.
- ¹⁰ Žr. Jack Levin, Allan J. Kimmel, Gossip Columns: Media Small Talk. *Journal of Communication*, Vol. 27, 1977, p. 169–175.
- ¹¹ Žr. Albert Schutz, *The Well-Informed Citizen: An Essay on the Social Distribution of Knowledge*. Hague, 1976.