

Кравцова О. А.

Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича

ЧУТКА ЯК МІЖСОБИСТІСНИЙ ТИП ПЕРЕПОВІДНОЇ КОМУНІКАЦІЇ

У статті розглянуто чутки як міжособистісний тип переповідної комунікації. З'ясовано, що увагу мовознавців привертають питання методів, підходів, напрямів у дослідженні чуток, можливості припинення їх поширення, функціонування чуток в умовах виникнення надзвичайних ситуацій, гендерні аспекти у процесі передавання інформації, технологія поширення службових пліток, роль мережі позитивних і негативних чуток у житті громади. Однак до цього часу не було жодної праці, у якій би йшлося про чутки в контексті ретрансляції чужого слова. Зауважено, що вони майже відсутні в текстах конфесійного та наукового стилів, однак активно оприявлюються у зразках публіцистичного, епістолярного та художнього стилів.

У праці постулюється ідея, що чутки – соціальні утворення, які віддзеркалюють стан речей в економіці, психології, культурі, політиці тощо, часто є інструментом маніпулювання людською свідомістю. Щоб вони виникли, потрібні певні умови: цікава тема, людська спільнота, сприятливі місце й час тощо. Під час передавання чуток важливі наміри адресанта, який, презентуючи чуже слова, закладає у висловлення певні змісти, які адресат (за авторським задумом) мав би декодувати й ретранслювати далі. У роботі мовиться про те, що може бути багато як лінійних, так і нелінійних переповідних адресантно-адресатних ланок під час передавання чуток. Учені досі дискутують про те, що спричиняє поширення чуток. Найімовірніше – бажання поділитися ексклюзивною інформацією, бути причетним до людської спільноти, відчуття власну вагу в ній.

Під час проведення аналізу наявного фактичного матеріалу виокремлено такі параметри характеризування чуток: першоджерело інформації (може бути конкретним або узагальненим); швидкість поширення; спричинений ефект; тривалість; частотність; деталізація; навмисність / випадковість; правдивість / неправдивість; позитив / негатив; ареал побутування; наявність особи чи установи, що передають чутку; фігурування особи, інституції, події, поняття в чутці; адресат.

Також зазначено головні конструкції для вираження чуток та засоби чужої мови для їх оприявлення. Подальша робота полягатиме в характеризуванні синонімічних варіантів чуток, які також становлять міжособистісний тип переповідної комунікації з більшою чи меншою долею правдивості ретрансльованої інформації.

Ключові слова: чутка, плітка, переповідність, адресантно-адресатний континуум, непряма мова, тематична мова, цитатні вкраплення.

Постановка проблеми. Класичний спосіб переказування чужих слів лежить в основі чуток, які циркулюють в усному мовленні людей, проникаючи з нього в писемне. В. Лисенко зазначає, що такий спосіб спілкування варто вважати різновидом неформальної комунікації, «коли інформація в ситуації невизначеності чи напруги очікування з невизначеним ступенем достовірності, який з'ясувати в даний момент неможливо, викликаючи підвищений інтерес, швидко поширюється і стає надбанням великої аудиторії» [5, с. 99]. У народі їх поширення називають зіпсованим телефоном, мовленим з уст в уста, отриманим із других / третіх рук / від третіх осіб, сарафанним радіо, ідентифікують за формулами «одна баба сказала»

або «баба бабі переказала», а щодо достовірності почутого / прочитаного застосовують вислів, де йдеться про те, що не буває диму без вогню. Учені ж вважають чутки своєрідним надзнанням і проявом колективного підсвідомого.

Стандартні моделі поширення інформації, які демонструють, зокрема, й механізм передавання чуток, знаходимо в українських народних казках: Цю казку **розповіла** баба дідові, а дід сусідові, сусід – кумі на толоці, кума – вороні і сороці. Сорока жити не могла, доки всім не **рознесла**. Від неї і я знаю і вам **розповідаю** (з народної казки).

З п'яти досліджуваних нами стилів вони фактично відсутні в текстах конфесійного та наукового стилів, модифікуються відповідно до

технічних можливостей сьогочасся у зразках публіцистичного стилю й активно побутують в епістолярних і художніх текстах.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Це соціальне явище досліджували як спосіб ретрансляції інформації Н. Берегова, Л. Білоконенко, С. Буглак, Б. Дубін, Я. Кальба, Л. Климанська, Д. Кудінов, В. Кузяк, В. Лисенко, В. Москаленко, А. Назаретян, Г. Олпорт, Л. Постман, Н. Потапчук, А. Потєряхін, Н. Смелзер, Т. Шибутані, В. Яслик та ін. Зокрема, увагу мовознавців привертала питання підходів, методів, напрямів у вивченні чуток [6; 10], можливості припинення їх поширення [7], функціонування чуток в умовах виникнення надзвичайних ситуацій, гендерні аспекти у процесі передавання інформації [8; 13], технологія поширення службових пліток [9; 12], роль мережі позитивних і негативних чуток у житті громади [11]. Однак досі не було жодної роботи, у якій було б розглянуто чулки в контексті переповідання.

Постановка завдання. Мета статті – з'ясувати особливості побутування чуток як міжособистісного типу переповідної комунікації.

Реалізація поставленої мети передбачає виконання таких завдань:

- з'ясувати характерні особливості чуток;
- вказати причини виникнення цього типу міжособистісної взаємодії;
- визначити головні параметри їх функціонування;
- виокремити основні конструкції для вираження чуток під час переказування інформації тощо.

Виклад основного матеріалу. Чулки, що є соціальними утвореннями, відображають стан речей у культурі, психології, політиці, економіці тощо, часто слугують модифікатором дійсності й інструментом впливу на людей. Для їх виникнення необхідні певні чинники: цікава для люду тема (така, що може допускати стороннє оцінювання й емоційну реакцію), сприятлива ситуація (час, місце), спільність людей (від її величини залежать: міра збереження змісту початкового тексту, наявність вказівки на першоджерело інформації, швидкість поширення / припинення дії чуток, особливості реакції на них тощо). Адресант, керуючись певним наміром, передаючи текст, закладає в його основу певні сенси і прагне, щоб адресат їх декодував і ретранслював далі. Такий задум, як уважає В. Лисенко, з одного боку, «має будуватися на архетипах і стереотипах масової свідомості, а з іншого – на установках, потребах, уявленнях адресата» [5, с. 98]. Якраз друга умова й змушує

адресанта шукати підхід до реципієнта повідомлюваного й відповідно видозмінювати початкову інформацію (можуть з'являтися додаткові деталі, що корелюють з індивідуальністю та психологією адресата, а деякі навпаки – не враховуватися). Зазвичай за збереження внутрішньої змістової структури відбувається зміщення акцентів.

Залежно від резонансу, за наявності одного джерела інформації (переважно імпліцитного) чулка може мати багато адресантно-адресатних ланок, вибудованих як у лінійному, так і в нелінійному порядку (за кожного наступного переказування комунікативні ролі змінюються: той, хто був адресатом, стає переповідачем і адресантом для когось іншого).

Учені досі не дійшли єдиного висновку стосовно того, що спонукає людину до поширення чулки. Найімовірніше – власні наміри: прагнення поділитися ексклюзивом, відчутти свою вагу у громаді, бути причетною до колективу.

Чулка також може виникнути в момент, коли порушується схема переказування через перекручування фактів унаслідок безвідповідальності чи низького рівня мовленнєвої компетенції спілкуювальників. Ф. Бацевич зауважує: «Міра спотворення інформації прямо пропорційна кількості осіб, які її передають» [1, с. 41], адже кожен комунікант сприймає те чи те повідомлення по-своєму, інколи не надто уважно слухає адресанта, деколи вдається до коментування.

На думку дослідниці Л. Климанської, сюжетом чулки є «нарратив про особливу подію навколо особливого героя, що розвивається як порушення норми (чи передбачення цього), втручання і відновлення її» [4, с. 73]. Важливою в цьому процесі є роль того, хто першим розпочинає переповідання й визначає спосіб покликання на вихідне джерело інформації: він може назвати його (вказати особисті дані, отже, достовірність інформації для реципієнта не викликати великих сумнівів) або ж послатися на узагальнене джерело (*дехто, деякі, хтось, якийсь, люди, народ* тощо).

Учений С. Буглак пропонує такі види міжперсональної взаємодії, як чулка, слух, плітка, витік інформації, слава, престиж, брехня, громадська думка, розмови тощо, які мають нашарування недостовірності, називати єдиним поняттям *xisey (hearsay)* [2, с. 37]. Він зауважує, що деякі видання «жовтої преси» подають інформацію як достовірну без покликання на джерело, тобто не вказуючи маркери *hearsay*. Також дослідник пише, що хоч *xisey* переважно репрезентується в усному мовленні, воно може мати й письмове вираження. Він наво-

дить приклад того, що в англійській мові розрізняють усний наклеп і наклеп, що потрапляє у друк. Мовознавець зауважує, що до наклепу близькою є кампанія очорнення [2, с. 37].

Каталізаторами чуток можуть бути: нестача інформації, неможливість ідентифікувати правдиву (особливо коли є кілька джерел); невизначена, проблемна чи конфліктна ситуація; некритичний підхід до обробки даних та стереотипне мислення; бажання бути причетним до групи / колективу, що поширює чутки; прагнення стати авторитетним, самоутвердитися; потреба компенсувати відсутність важливих життєвих подій; необхідність відволікти увагу люду від чогось першорядного на другорядне; створення ще однієї чулки з метою протидії наявній тощо. На швидкість їх поширення впливають середовище, час, місце, особа переповідача, наявність джерела, підігрівання інтересу додатковими фактами тощо.

Щодо характеристик чулки, що вирізняють її від інших більш чи менш достовірних повідомлень, то Б. Дубінін зазначає: «По-перше, вона має порівняно високий ступінь узагальненості, що відрізняє чулку від плітки або ж її напівофіційного варіанта – доносу, дезінформації. По-друге, вона зберігає прив'язку до часу і середовища свого виникнення, чим протистоїть байці або повір'ю. По-третє, чулка пов'язана зі свіжою новиною, а часто – лише з майбутнім, і цим протилежна легенді, анекдоту тощо. По-четверте, чулка є свідомо неофіційною, а тому протистоїть офіційній інформації» [3].

Мовознавці пропонують різні, досить умовні класифікації чуток. Враховуючи інформативність і емоційність репрезентації таких повідомлень, учені вирізняють чулки за змістом (економічні, культурні, політичні тощо), за часовою спрямованістю (ті, які стосуються минулого, або ті, що спрямовані в майбутнє), за кореляцією з реальністю (раціональні та фантастичні), за експресією (агресивна чулка, чулка-бажання та чулка-страх), за достовірністю (абсолютно неправдиві чулки; неправдиві, але з елементами достовірності; достовірні; достовірні з елементами неправдивості), за впливом на людську свідомість і поведінку (ті, що бентежать суспільну думку; ті, що провокують анти-соціальну поведінку; ті, що руйнують міжлюдські взаємозв'язки тощо), за ймовірністю виникнення (малоймовірні та значної ймовірності), за першоджерелом інформації (ті, що створено навмисно; ті, що виникли стихійно) тощо.

Проаналізувавши наявний фактичний матеріал, ми виокремили такі параметри характеризування чуток:

– першоджерело інформації (може бути конкретним або узагальненим) (із княжого двору, звідусюди, не знає звідкіль, відкись тощо): *Може, зітер він свою посмішку тільки тоді, як увечері вибрався до города і сказав там комусь про побойце на княжому дворі, а може, й не він те сказав, а сама чулка викотилася з княжого двору, бо в лихих чуток є здатність видобуватися звідусюди, і тепер уже по Новгороду лунав не той піднесений вигук, що над Волховом при княжій учті, а болісний зойк: «Наших побито!»* (П. Загребельний);

– швидкість поширення (у лічені дні, уже, відразу, вихром промчала, зі швидкістю дів-баду, несамовитого пустельного урагану, майже вмить, лише згодом, на другий день, негайно, через тиждень, зі швидкістю блискавки, небавом, уранці, того ж дня, за якихось місяців три-чотири, за невеличку хвилю тощо): *На третій день по городу ходила чулка про обід Лошакову* (П. Мирний);

– спричинений ефект (весняним громом прокотилася; необавці, мов у дзвони вдарив тощо): *Пронеслася, як грім грянув, чулка: піщан оддали генералові!* (П. Мирний);

– тривалість (з того часу і до сього, якийсь час, тоді, останнім часом тощо): *Річ у тому, що доти певний час мусувалася чулка, буцім Кіровоград «оцаславить» своїм кандидуванням сам Віктор Янукович (звісно, син, нинішній куратор Кіровоградщини в ПР)* («Дзеркало тижня», 31 серпня 2012 р.);

– частотність (не раз, одного разу, знов тощо): *Знов чулка, що десь біля 21-го цього місяця маємо рушити в дорогу* (У. Самчук);

– деталізація: *Горпина розказує Христі про село, про знайомих дівчат, парубків, що де скоїлося, про кого яка чулка пішла – все викладає подруга подрузі, мале-невеличке із-за нігтя видирає та викладає <...>* (П. Мирний);

– навмисність / випадковість: *То не була ненароком пущена чулка, перехоплена лакеями від своїх панів і рознесена двірнею по селах, – то була явна оголошка на все царство, на увесь світ* (П. Мирний);

– правдивість / неправдивість: *Коли ж засіявся кволим світлом ранок, станом пішла неймовірна чулка, нібито перси ночували в долині по сей бік Смотрича* (І. Білик); *Чекайте, але ж до нас дійшла була чулка, що ви втопилися ще минулого року, перепливаючи Ла-Мани. Що за безглузді плітки?* (Р. Іваничук);

– позитив / негатив: *І про Колісника пішла по городу недобра чулка: накрав земських грошей, строячи мости та греблі, купив який маєток* (П. Мирний);

– ареал побутування (тут, там, скрізь, по всій Русі великій, селом, по селу, на селі, у селі, по краю, в університетах, поміж дівчатами, поміж молодіжжю, повсюди, по всій Торговій стороні, по Новгороду, на все царство, на увесь світ, по городу, по місту, далеко-далеко навкруги, повіт, станом, між хлопцями, Батурин, увесь табір, по Бориславі, на весь Батурин тощо): **Вранці в палаці і в місті пройшла чутка, що царевич вернувся** (І. Нечуй-Левицький);

– особа (-и), установа (-и), що переказують чутку (від І особи однини та множини, люди, народ, через засоби масової інформації тощо): **До мене дійшла чутка, що незабаром має відбуватися святкування Вашої двадцятит'ятилітньої праці на вашій літературній ниві** (П. Мирний);

– особа (-и), інституція (-ї), подія (-ї), поняття, які фігурують у чутці (одеська громада, Кончак, дивний монастир у непрохідних горах, монастир сліпих іноків, обід, піщани (мешканці села), розстріл, рада, про контрреволюційний націоналізм між адигейцями, пристрасть, університет, Василюха ночами навідується до свого чоловіка за кару тощо): **Коли ж засіявся кволим світлом ранок, станом пішла неймовірна чутка, нібито перси ночували в долині по сей бік Смотрича** (І. Білик);

– адресат (у листуванні – той, кому пишуть листа; до мене (переповідач був спершу адресатом), до Нечуйвітра, дійшла і до нас, до каторжних тощо): **Чутка про поранення Младена дійшла до Гаміда, і він вирішив одним ударом покінчити і з воєводою, і з його загоном** (В. Малик). У цьому прикладі наявний внутрішній адресат, зовнішнім адресатом буде читач. У більшості опрацьованих зразків не вказано конкретного отримувача повідомлення.

Переважно чутка поєднується з такими дієслівними одиницями: *була, викотилася, гоготить, голосила, гряхнула, гуде, дійшла, докотилася, є, западає, зродилася, з'явилася, існує, летіла, линула, мусувалася, надійшла, оббігла, облетіла, підвела на ноги, підняла на ноги, пішла, повзе, покотилася, поповзла, поширилася, поширювалася, поширюється, пробігла, прийшла, пройшла, прокотилася, пролине, промайнула, промчала, пронеслася, проповзла, прослизла, розійдеться, розлетілася, рознеслася, розповсюджується, розходить, справдилася / не справдилася, стала, узялась, ходила, ходить, ширилася, шириться* тощо. Предикат може бути виражений формами однини / множини доконаного / недоконаного виду; бути репрезентованим у теперішньому / минулому / майбутньому часі.

На репрезентацію чутки також можуть вказувати такі предикати, як: *говорити, казати, пліт-*

кувати, поговорювати, подекувати, чути й ін.: – **Чув я, що з нашим гетьманом тепер негаразд <...> чи правда? – Снав з лиця, це так. Не той став. Та воно ж так, кажуть люди, що тільки рака біда красить** (М. Вовчок); **Там, подекують, за один день може стільки приплисти до рук, що тут і за рік не припливе, бо який толк з моєї зарплати – з моїх теперішніх дев'ятисот окупаційних марок? Це череп'яні гроші** (М. Стельмах).

Головними конструкціями для вираження чуток є:

– прості речення: **По місту негайно пройшла чутка про розстріл Юрія** (В. Барка);

– складносурядні речення: **Кончак ішов на Русь швидко, а чутка про нього летіла ще швидше** (В. Малик);

– складні речення зі з'ясувальними підрядними частинами (зі сполучниками *що, буцім, ніби, наче* тощо): **Тут ходє чутка, що одеська громада береться видати мої праці** (П. Мирний);

– безсполучникові речення: **А тут уже чутка: Текеля на Січі попорався!** (П. Мирний);

– парантетичні внесення (дієслівні (однокомпонентні та двокомпонентні) й іменниково-прийменникові): **Сьогодні написав до Вас листа (поштою). Після цього прийшов до мене т. Преславич і прохав, щоб я подав укр. драматургію в Одесі (працює під доглядом «Гарту») рукопис «97» для постановки в Одеських робітничих театрах. Раптом з цим довідався, що Массдрам (російський театр в Одесі) якось вибрав в Харкові «97» і, чутки є, готує до вистави російською мовою (!?)** (М. Куліш).

Переважно чутка має вигляд непрямой мови, тематичної мови чи цитатного вкраплення, причому в одному контексті може подаватися її зміст та спростування водночас.

Чутки часто ототожнюють із плітками, але останні відповідають за неправдиве або неточне ретранслявання інформації, натомість чутка може бути цілком правдивою.

Висновки і пропозиції. Отже, опрацювавши наявний теоретичний та практичний матеріал, ми з'ясували особливості чуток як міжособистісного типу переповідної комунікації. За нашими спостереженнями, переповідний ланцюжок під час поширення чутки може мати багато адресантно-адресатних ланок (зі зміною комунікативних ролей). Також ми виокремили параметри, що допомагають схарактеризувати чутку: першоджерело інформації; швидкість поширення; спричинений ефект; тривалість; частотність; деталізація; навмисність / випадковість; правдивість / неправ-

дивість; позитив / негатив; ареал побутування; особа (-и), установа (-и), що переказують чутку; особа (-и), інституція (-і), подія (-і), поняття, які фігурують у чутці; адресат. Окрім цього, ми зафіксували головні конструкції для вираження чуток і засоби чужої мови для їх оприявлення.

Список літератури:

1. Бацевич Ф. Основи комунікативної лінгвістики : підручник. Київ : Видавничий центр «Академія», 2004. 344 с.
2. Буглак С. Источники информации в формировании высказывания : автореф. дисс. ... докт. филол. наук: 10.02.19. Санкт-Петербург, 2011. 54 с.
3. Дубинин Б. Слухи как социально-психологический феномен. *Вопросы психологии*. 1993. № 3. С. 79.
4. Климанська Л. Чутки як спосіб організації та самоорганізації інформаційного простору політики. *Українська національна ідея: реалії та перспективи розвитку* : збірник наукових праць. Львів, 2008. Вип. 20. С. 71–80.
5. Лисенко В. Чутки – активний засіб модифікації суспільної свідомості. *Політичний менеджмент*. 2004. № 6. С. 96–102.
6. Abrahams R. A performance-centered approach to gossip. *Man*. 1970. № 5. P. 290–301.
7. Akande A., Odewale F. One more time: how to stop company rumours. *Learning and Organization Development Journal*. 1994. № 15 (4). P. 27–30.
8. Arbor A. Boys gossip just a much as girls, study shows. 1995. Retrieved February 25, 2011. URL: <http://ns.umich.edu/htdocs/releases/story.php?id=792>.
9. Armour S. Did you hear the story about office gossip? Technology helps get it to more people faster, and it can get ugly. *USA Today*, Section : Money. 2007. P. B1. Atlas.ti Scientific Software Development GmbH. (2011). Retrieved February 10, 2011. URL: <http://www.atlasti.com/>.
10. Foster E. Research on gossip: Taxonomy, methods, and future directions. *Review of General Psychology*. 2004. № 8. P. 78–99.
11. Grosser T., Lopez-Kidwell V., Labianca G. A social network of positive and negative gossip in organizational life. *Group & Organization Management*. 2010. № 35 (2). P. 177–212.
12. Hallett T., Harger B., Eder D. Gossip at work: Unsanctioned evaluative talk in formal school meetings. *Journal of Contemporary Ethnography*. 2009. № 38 (5). P. 584.
13. Leaper C., Holliday H. Gossip in same gender and cross-gender friends' conversations. *Personal Relationships*. 1995. № 2. P. 237–246.

Kravtsova O. A. RUMORS AS AN INTERPERSONAL TYPE OF RENARRATIVE COMMUNICATION

The article considers rumors as an interpersonal type of retelling communication. It has been established that linguists focus their attention to issues of methods, approaches, and directions in the study of rumors, the possibility of stopping their spread, the functioning of rumors in emergency situations, gender aspects of the information transmitting process, technology for distribution of official gossip, social role of a network of positive and negative rumors. However so far there have been no publications that discussed rumors in the context of relaying someone else's word. It is noted that there is little rumours in the texts of confessional and scientific styles, but they get a prominent place in journalistic, epistolary and artistic styles.

The idea is postulated that rumors are social phenomenon that, reflecting the state of affairs in economics, psychology, culture, politics, etc., often act as an instrument for manipulating human consciousness. For them to emerge, certain conditions are required: an interesting topic, human community, favorable place and time, etc. During the transmission of rumours, the intentions of the addresser are important, which, presenting other people's words, engenders certain meanings in the statements, which the addressee (according to the author's intention) should decode and pass on. The paper speaks of the possible existence of multiple, linear and nonlinear renarrative addresser-addressee links during rumour transmission. Scientists are still arguing about the reasons for the spread of rumours. Most likely they are a desire to share exclusive information, to be involved in the community life, to feel superior. The analysis of the available factual material revealed the following parameters for characterizing rumours: the primary source of information (can be specific or generalized), the speed of distribution; effect triggered; duration; frequency; detailing; intentionality / randomness; truthfulness / falsity; positive / negative; area of existence; the presence of a person or an institution that transmits the rumour; featured persons, institutions, events, or concepts; addressee.

The main constructions for expressing rumors are also highlighted, as well as the means of a foreign language for voicing them. Further work involves the characterization of synonymous versions of rumour, which form another type of interpersonal renarrative communication that transmits information of varying degrees of reliability.

Key words: rumor, gossip, renarrativeness, addressee-addresser continuum, indirect speech, thematic speech, quote inclusions.