

СТВОРЕННЯ ТА АПРОБАЦІЯ ОПИТУВАЛЬНИКА ДЛЯ ВИЯВЛЕННЯ СХИЛЬНОСТІ ДО ПЛІТКАРСТВА (TTGQ – TENDENCY TO GOSSIP QUESTIONNAIRE): ПІЛОТАЖНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ

*Олександра Костянтинівна Балашевич¹, Олена Валентинівна Орлюк²,
Проскурня Аліна Сергіївна³*

¹ Студент факультету психології, Київський національний університет імені Тараса Шевченка,
м. Київ (Україна)
ORCID ID: <http://orcid.org/0000-0002-4865-3487>

² Студент факультету психології, Київський національний університет імені Тараса Шевченка,
м. Київ (Україна)
ORCID ID: <http://orcid.org/0000-0002-8907-2021>

³ Кандидат психологічних наук, асистент кафедри психодіагностики та клінічної психології,
факультет психології, Київський національний університет імені Тараса Шевченка (м. Київ, Україна)
Дослідник факультету гуманітарних та соціальних наук, Університет Миколаша Ромеріса
(м. Вільнюс, Литва)
ORCID ID: <http://orcid.org/00000-0002-7674-5602>

UDC: 15159.9.072.42

АНОТАЦІЯ

У статті представлено результати створення та адаптації опитувальника для виявлення схильності до пліткарства. Метою даного опитувальника є оцінка ступеня схильності людини до обговорення інших осіб, що може мати значний вплив на міжособистісні відносини та взаємодію в колективі. Плітки — це поширена форма соціальної поведінки. Незважаючи на те, що у суспільстві існує упереджене ставлення до пліткування, останні дослідження показали, що воно виконує важливі функції в соціальних стосунках. Плітки можуть служити способом налагодження зв'язків з іншими, встановлення соціальних норм і навіть передачі цінної інформації. У результаті зростає інтерес до вивчення пліток, і актуальність створення такого опитувальника також стає очевидною. Апробація опитувальника включає в себе проведення пілотажного дослідження, аналіз результатів та внесення корективів до нього на основі отриманих даних. Результати апробації показали, що TTGQ є ефективним інструментом для оцінки схильності до пліткарства, і можуть бути корисними для психологів, соціологів, а також керівників організацій для кращого розуміння динаміки взаємодії в колективі.

Ключові слова: пліткування, психометрія, апробація тесту, пілотажне дослідження, міжособистісні відносини, динаміка взаємодії.

Постановка проблеми. Плітки стали предметом дослідження науковців різних сфер багато десяти років тому. Наприклад, Rosnow & Fine (1976) дали таке визначення: «плітки – це розмови про людей, яких немає, і їх предметом є особисті та приватні справи інших». Kniffin & Wilson (2004) казали, що «плітки визначаються як обмін оцінювальною інформацією про відсутню третю сторону з одержувачем, який не є учас-

ником інформації, яка передається». У свою чергу, Dunbar, Marriott, & Duncan (1997) казали: «плітки визначають як передачу особистої інформації про відсутніх третіх осіб». Хоча плітки часто сприймаються негативно, це широко поширена соціальна поведінка. Bosson et al. (2006) визначають плітки як «обмін особистою інформацією про відсутніх третіх осіб, яка може бути як позитивною, так і негативною», Kurland and

Address for correspondence, e-mail: editpsychas@gmail.com
Copyright: © Olexandra Balashevych, Olena Orliuk, Alina Proskurnia

This is an Open Access journal, all articles are distributed under the terms of the Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International (CC BY-NC-SA 4.0) License (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>), allowing third parties to copy and redistribute the material in any medium or format and to remix, transform, and build upon the material, provided the original work is properly cited and states its license.

Pelled (2000) як «неформальну та оціночну розмову в організації, як правило, серед не більше ніж кількох осіб, про іншого члена цієї організації, який не присутній», і Noon & Delbridge, (1993) як «процес неофіційної передачі ціннісної інформації про членів соціального середовища. Така різноманітність поглядів дає можливість зробити висновок, що за досить великий час дослідження пліткарства, науковці не прийшли до єдиного загального визначення поняття. Хоча, плітки становлять значну частину розмов людей (Emler, 1990; Robbins & Karan, 2019), до прикладу, дослідження показують, що 90% людей беруть участь у плітках на робочому місці (Grosser, LopezKidwell, Labianca, & Ellwardt, 2012). Однак, є й полярні дослідження, які свідчать про позитивну функцію пліткарства. Наприклад, дослідження Feinberg et al., (2014) показало, що плітки можуть відігравати позитивну роль у сприянні співпраці в групах. Учасники, які були свідками егоїстичної поведінки цільової особи, з більшою ймовірністю почали пліткувати про цю особу, що, у свою чергу, призвело до більшої співпраці з цією особою в подальших взаємодіях.

Огляд літератури. Як ми вже зазначали, багато дослідників поглиблювалось у дослідженні пліткарства як явища. На основі цього було сформульовано кілька їх класифікацій. Один із способів класифікації пліток – це за їх змістом. Наприклад, деякі дослідники розрізняють позитивні та негативні плітки (Wu et al., 2016). Позитивні плітки передбачають обмін інформацією про інших, яка є похвальною або гідною похвали, тоді як негативні плітки передбачають обмін інформацією, яка є критичною або принизливою. Інші дослідники розрізняють інформаційні та оціночні плітки (Suls, 1977). Інформаційні плітки передбачають обмін фактичною інформацією про інших, тоді як оціночні плітки передбачають винесення суджень або оцінок про інших на основі цієї інформації.

Ще один спосіб класифікувати плітки – це за їх функцією. Плітки можуть виконувати різні соціальні функції, включаючи встановлення соціальних зв'язків, дотримання соціальних норм і управління репутацією (Foster & Trivers, 1976; Dunbar, 2004). Наприклад, плітки можуть допомогти людям сформувати альянси чи коаліції з іншими, хто поділяє їхні думки чи інтереси,

або їх можна використовувати для покарання осіб, які порушують соціальні норми чи очікування.

Третій спосіб класифікації пліток — за статтю осіб, які беруть участь у них. Дослідження показали, що чоловіки та жінки можуть брати участь у плітках по-різному та з різних причин (Dunbar & Spoor, 1995; McAndrew & Milenkovic, 2002). Наприклад, жінки можуть частіше брати участь у плітках як засіб побудови та підтримки соціальних стосунків, у той час як чоловіки можуть частіше брати участь у плітках як засіб встановлення домінування чи влади в соціальній групі.

Незважаючи на безліч способів класифікації пліток, важливо зазначити, що ці класифікації не виключають одна одну, і різні типи пліток можуть виникати одночасно або поєднуватися один з одним. Одну і ту ж плітку можна інтерпретувати по-різному залежно від соціального контексту, в якому вона поширюється, і осіб, які беруть участь у ній.

Однією з головних функцій пліток є встановлення та підтримка соціальних зв'язків у групах (Dunbar, 2004). Ділячись інформацією про інших, люди можуть сигналізувати про своє членство в групі та зміцнювати свої стосунки з іншими. Плітки також можуть служити формою соціального контролю, оскільки їх можна використовувати для дотримання соціальних норм і покарання тих, хто їх порушує (Feinberg, Willer, & Schultz, 2014). Наприклад, плітки можна використовувати, щоб присоромити людей, які ведуть девіантну поведінку, таку як обман або брехня.

Іншою функцією пліток є обмін інформацією про потенційних партнерів і конкурентів (Dunbar, 1993). Ділячись інформацією про фізичну привабливість, соціальний статус та інші бажані риси інших людей, люди можуть підвищити свої шанси знайти відповідного партнера та уникнути загроз для свого статусу. Плітки також можуть служити засобом отримання інформації про соціальні та економічні можливості, такі як відкриття робочих місць або просування по службі (Dunbar, 2004). Хоча плітки можуть виконувати важливі соціальні функції, вони також можуть мати негативний вплив на окремих людей і групи. Наприклад, плітки можуть призвести до поширення чуток і неправдивої інформації, що може зашкодити репутації та завдати шкоди невинним людям (Vosoughi et al., 2018). Плітки

також можуть створювати розбіжності в групах, оскільки люди, які стають об'єктом негативних пліток, можуть відчувати себе виключеними з соціальних взаємодій (Lea & Spears, 1991). Плітки також можуть призвести до розвитку негативного ставлення та стереотипів щодо окремих осіб і груп (Stukas et al., 2010). Наприклад, плітки про певну групу можуть зміцнити стереотипи та упередження, що призведе до дискримінації та упередженості щодо цієї групи. Плітки також можуть сприяти розвитку токсичної організаційної культури (Pearson, Andersson & Wegner, 2001), коли люди залучаються до негативної поведінки, як-от залякування та переслідування.

Мотивація для пліткування складна і може відрізнитися залежно від людини та ситуації. Деякі люди можуть плітувати через нудьгу або бажання розважитися, тоді як інші можуть використовувати плітки як засіб отримання соціального статусу або влади (Feinberg et al., 2014). Люди можуть плітувати, щоб полегшити почуття тривоги або стресу (DiFonzo & Bordia, 2002), оскільки пліткування може забезпечити відчуття контролю над невизначеними ситуаціями.

Дослідження також показали, що плітки можуть служити формою управління враженнями, коли люди використовують плітки, щоб сформувати уявлення інших про себе чи інших (Rosnow & Fine, 1976). Наприклад, люди можуть плітувати про власні досягнення чи позитивні якості, щоб підвищити свою репутацію, або вони можуть плітувати про негативні якості інших, щоб зменшити власні недоліки.

Поняття плітки, чутки та міські легенди часто використовуються як синоніми в повсякденній розмові, але вони мають різні значення та обмеження в психологічній літературі. Плітки зазвичай визначають як неофіційну та часто негативну інформацію про інших людей, якою часто діляться в соціальних мережах (Ellwardt, Steglich & Wittek, 2012). Хоча плітки можуть виконувати різноманітні соціальні функції, включаючи встановлення соціальних зв'язків і управління репутацією, вони також можуть мати негативні наслідки для окремих осіб і груп, наприклад, соціальне відчуження або шкоду репутації. Одне з обмежень концепції пліток полягає в тому, що їх важко відрізнити від інших форм спілкування, таких як невеликі розмови чи висловлювання.

Крім того, не всі плітки є негативними або шкідливими (Dunbar, 2004), а деякі плітки можуть бути навіть корисними в певних контекстах, наприклад, надання соціальної підтримки або полегшення соціального навчання.

З іншого боку, чутки зазвичай визначаються як неперевірена або не підтверджена інформація, яка передається від людини до людини в соціальній мережі (DiFonzo & Bordia, 2007). Чутки можуть швидко поширюватися та мати значний вплив на окремих осіб і групи, особливо в періоди кризи чи невизначеності. Наприклад, чутки про стихійне лихо чи політичну подію можуть вплинути на поведінку людей і прийняття рішень, спричинивши паніку чи дезінформацію. Одним із обмежень концепції чуток є те, що може бути важко відрізнити чутки від інших форм інформації, особливо в епоху соціальних медіа та онлайн-комунікації. Але не всі чутки є помилковими або необґрунтованими (DiFonzo & Bordia, 2007), а деякі чутки можуть містити елементи правди або відображати законні занепокоєння.

Міські легенди — це різновид чуток, які зазвичай включають розповідь або історію, яка поширюється в культурній групі (Brunvand, 1981). Міські легенди часто включають надприродні або неправдоподібні елементи та зазвичай передаються від людини до людини через усну традицію чи письмові засоби масової інформації. Хоча міські легенди можуть виконувати різні функції, наприклад, розважати людей або попереджати про потенційну небезпеку, вони також можуть мати негативні наслідки, такі як поширення дезінформації чи зміцнення стереотипів. Одним із обмежень концепції міських легенд є те, що може бути важко відрізнити міські легенди від інших форм оповідання чи фольклору.

Плітки, чутки та міські легенди є формами комунікації, які можуть впливати на окремих людей і групи різними способами. Хоча ці поняття часто використовуються як взаємозамінні, у психологічній літературі вони мають різні значення та обмеження. Плітки — це неофіційна й часто негативна інформація про інших людей, чутки — це неперевірена або не підтверджена інформація, яка передається від людини до людини в соціальній мережі, а міські легенди — це розповіді чи історії, які поширюються в культурній групі. Важливо

відзначити, що хоча ці форми спілкування можуть мати негативні наслідки, вони також можуть виконувати важливі соціальні функції, такі як полегшення соціального навчання та надання соціальної підтримки. Важливо також визнати, що не всі плітки, чутки чи міські легенди є абсолютно неправдивими або необґрунтованими, а деякі можуть містити елементи правди або відображати законні занепокоєння.

Методологія. Стимульний матеріал опитувальника (див. Додаток 1) складається із 27 питань. В опитувальнику представлені дві шкали: «Загальна схильність до пліткування» (питання, позначені літерою G та відповідним номером питання) та шкала брехні (питання, позначені літерою L та відповідним номером питання).

Інструкція до опитувальника: Вам будуть запропоновані різні запитання на які Вам необхідно дати відповідь «Так» або «Ні». Прохання відповісти на кожне запитання. Усі ваші відповіді є конфіденційними та анонімними. Час, необхідний на заповнення опитувальника, становить приблизно 10-15 хвилин. Ви можете перервати опитування в будь-який момент.

Розрахунок результатів відбувається наступним чином:

Для шкали Загальна схильність до пліткування розраховується сумарний бал за питаннями. У питаннях G1., G2., G3., G4., G8., G11., G12., G13., G14., G15., G16., G17., G18., G19. та G19. за кожну відповідь «Так» додається один бал, відповідно, відповідь «Ні» дорівнює 0 балам. Питання G5., G6., G7., G18. та G20. є оберненими, таким чином, за кожну відповідь «Ні» додається один бал, а за кожну відповідь «Так» - 0 балів. Критичним значенням шкали брехні, після якого не можна вважати відповіді респондента правдивими є 5 балів.

Інтерпретація результатів:

0 – 6 балів – свідчить про низький рівень схильності до пліткування. Респонденти з цим результатом, ймовірно, не мають сильної потреби обговорювати приватні подробиці життя інших людей. Вони можуть виявляти більшу обережність в обговоренні життєвих історій своїх друзів та знайомих, або взагалі уникають цього.

7 – 15 балів – свідчить про середній рівень схи-

льності до пліткування. Респонденти з цим результатом можуть дещо частіше обговорювати приватні подробиці життя інших людей, але зазвичай роблять це не так інтенсивно, як респонденти з високим рівнем схильності до пліткування.

16 – 20 – свідчить про високий рівень схильності до пліткування. Респонденти з цим результатом можуть досить часто обговорювати приватні подробиці життя інших людей, часто висловлюють свої думки про інших людей та їх поведінку, а також зазвичай виявляють більшу зацікавленість у зборі та розповсюдженні інформації про інших людей.

Результати. Було проведено аналіз наукової літератури, яка стосується вивчення пліткування як психологічного та соціального конструкту, а також були проаналізовані наявні методики та анкети, які застосовуються для вивчення пліткування з різних сторін. Після чого було розроблено стимульний матеріал опитувальника. Для проведення пілотажного дослідження було створено 23 питання, які, на нашу думку, вимірюють загальний рівень схильності людини до пліткування, а також 10 питань відносились до шкали брехні. Опитувальник також включав питання про вік та стать респондентів.

У пілотажному дослідженні взяло участь 47 респондентів, з них 37 респондентів – жіночої статі, 9 – чоловічої і один респондент не забажав вказувати свою стать. Віковий розподіл респондентів представлено на Рис. 1.

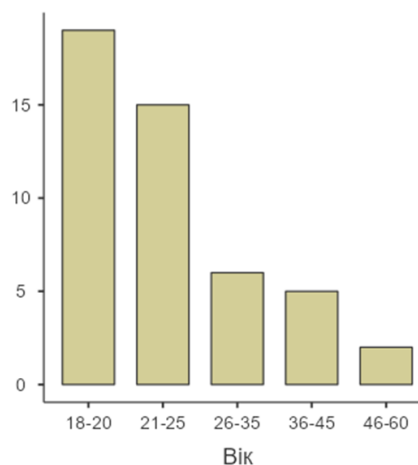


Рис. 1. Розподіл респондентів за віком

Для оцінки внутрішньої узгодженості результатів пілотажного дослідження нами використовувався коефіцієнт альфа Кронбаха. Коефіцієнт застосовувався окремо для шкали брехні та шкали загальної схильності до пліткування. Після обрахунків нами були прийнято рішення виключити декілька питань задля підвищення узгодженості тесту. Зі шкали загальної схильності до пліткування було виключено наступні питання: «Я намагався припинити пліткувати, але мені це було важко», «Я хвилююсь, що занадто багато плітую» та «Я почуваюся винним після того, як плітую про когось, але все одно роблю це знову». Зі шкали брехні були виключені питання: «Я ніколи не використовував лайливі слова при розмові з друзями», «Я ніколи не чув жодних чуток чи пліток про когось» та «Були випадки, коли я заздрив успіхам інших». Результати надійності після виключення питань представлені у Таблиці 1.

пліткування, після чого було створено опитувальник, який вимірює Загальну схильність до пліткування. Коефіцієнт Альфа Кронбаха дорівнював 0.838 для шкали загальної схильності до пліткування, та для шкали брехні – 0.634 у проведеному пілотажному дослідженні, що свідчить про достатню надійність створеного опитувальника. Таким чином, створений опитувальник може бути використана для дослідження схильності до пліткування, що допоможе зрозуміти цей аспект міжособистісних стосунків глибше і знайти способи керування такою поведінкою.

Резюме. Пліткарство є універсальним явищем у міжособистісних взаєминах, що має значний вплив на соціальну динаміку та емоційний стан учасників. Воно може створювати недовіру та конфлікти, особливо якщо містить неправдиву інформацію. Незважаючи на його поширеність, існує обмежена кількість інструмен-

Таблиця 1.

Коефіцієнт альфа Кронбаха у пілотажному дослідженні

Назва шкали	Середнє	Стандартне відхилення	Коефіцієнт альфа Кронбаха
Загальний рівень схильності до пліткування	0.385	0.288	0.838
Шкала брехні	0.184	0.189	0.634

Таким чином, після проведення пілотажного дослідження, в опитувальник було включено загалом 27 питань, з яких 20 питань відносяться до шкали загального рівня схильності до пліткування і 7 питань – до шкали брехні.

Висновки. Плітки – це розповіді, які передаються від особи до особи з метою поширення інформації про інших людей. Це можуть бути різноманітні розмови про те, як хтось поведився, що він сказав, чи які дії він здійснив. З психологічної точки зору, плітки можуть мати різні наслідки, як для осіб, що розповідають плітки, так і для тих, про кого вони говорять. Плітки можуть викликати негативні емоції, які можуть впливати на самопочуття та настрої людини, про яку йдеться в плітках. Вони також можуть пошкодити взаємини між людьми, адже вони можуть створювати недовіру та конфлікти, особливо якщо плітки містять неправдиву інформацію. Аналіз літератури дав змогу визначити, що саме є важливим у поведінці людей, схильних до

пліткування. Метою цієї статті є представлення результатів створення та апробації психодіагностичного опитувальника для виявлення схильності до пліткарства в межах пілотажного дослідження. Було проведено аналіз класичних та сучасних наукових джерел, які присвячені вивченню пліткарства як психологічного та соціального конструкту. Представлено етапи розробки нової методики, а також внесені корективи на основі отриманих результатів. В ході проведення пілотажного дослідження, коефіцієнт внутрішньої узгодженості Альфа Кронбаха для створеного опитувальника був 0.838. Для шкали брехні коефіцієнт внутрішньої узгодженості Альфа Кронбаха дорівнював 0.634. Цей показник свідчить про високу ступінь надійності опитувальника, що вказує на те, що всі елементи вимірюють одну і ту саму концепцію і є взаємопов'язаними. Таким чином, результати, отримані за допомогою цього опитувальника, можуть вважатися достовірними і точними, що робить його ефективним ін-

струментом для вимірювання схильності до пліткування.

References:

- Bosson, J., K., Johnson, A., B., Niederhoffer, K., & Swann W.B., Jr (2006). Interpersonal chemistry through negativity: Bonding by sharing negative attitudes about others. *Personal Relationships*, 13(2), 135-150.
- DiFonzo, N., & Bordia, P. (2002). Corporate rumor activity, belief and accuracy. *Public Relations Review*, 28(1), 1-19.-Pillemer, D. B., & McCartney, K. (2019). Gossip: The good, the bad, and the ugly. *Journal of Social and Personal Relationships*, 36(6), 1781-1786.
- DiFonzo, N., & Bordia, P. (2007). Rumor psychology: Social and organizational approaches. *American Psychological Association*.
- Dunbar, R. I. M. (2004). Gossip in evolutionary perspective. *Review of General Psychology*, 8(2), 100-110.
- Dunbar, R. I. M. (2004). Gossip in evolutionary perspective. *Review of General Psychology*, 8(2), 100-110.
- Dunbar, R. I. M., Marriott, A., & Duncan, N. D. C. (1997). Human conversational behavior. *Human Nature*, 8(3), 231-246.
- Ellwardt, L., Steglich, C., & Wittek, R. (2012). The co-evolution of gossip and friendship in workplace social networks. *Social Networks*, 34(4), 623-633.
- Emler, N. (1990). A social psychology of reputation. *European Review of Social Psychology*, 1(1), 171-193.
- Feinberg, M., Willer, R., & Schultz, M. (2014). Gossip and ostracism promote cooperation in groups. *Psychological Science*, 25(3), 656-664.
- Foster, E. K., & Trivers, R. L. (1976). The evolution of reciprocal altruism. *Quarterly Review of Biology*, 51(1), 35-57.
- Grosser, T., Lopez-Kidwell, V., Labianca, G. J., & Ellwardt, L. (2012). Hearing it through the grapevine: Positive and negative workplace gossip. *Organizational Dynamics*, 41, 52-61.
- Kurland, N. B., & Pelled, L. H. (2000). Passing the word: Toward a model of gossip and power in the workplace. *Academy of Management Review*, 25(2), 428-438.
- Lea, M., & Spears, R. (1991). Computer-mediated communication, deindividuation and group decision-making. *International Journal of Man-Machine Studies*, 34(2), 283-301.
- McAndrew, F. T., & Milenkovic, M. A. (2002). Of tabloids and family secrets: The evolutionary psychology of gossip 1. *Journal of Applied Social Psychology*, 32(5), 1064-1082.
- Noon, M., & Delbridge, R. (1993). News from behind my hand: Gossip in organizations. *Organization Studies*, 14(1), 23-36.
- Pearson, C. M., Andersson, L. M., & Wegner, J. W. (2001). When workers flout convention: A study of workplace incivility. *Human Relations*, 54(11), 1387-1419.
- Robbins, M. L., & Karan, A. (2019). Who gossips and how in everyday life?. *Social Psychological and Personality Science*, 11(2), 185-195.
- Rosnow, R. L., & Fine, G. A. (1976). Rumor and gossip: The social psychology of hearsay. Elsevier.
- Stukas, A. A., Bratanova, B., Peters, K., Kashima, Y., & Beatson, R. M. (2010). Confirmatory processes in attitude transmission: The role of shared reality. *Social Influence*, 5(2), 101-117.
- Dunbar, R. I. M. (1993). Coevolution of neocortical size, group size and language in humans. *Behavioral and Brain Sciences*, 16(4), 681-694.
- Suls, J. M. (1977). Gossip as social comparison. *Journal of Communication*, 27(1), 164-168.
- Vosoughi, S., Roy, D., & Aral, S. (2018). The spread of true and false news online. *science*, 359(6380), 1146-1151.
- Wu, J., Balliet, D., & Van Lange, P. A. (2016). Reputation, gossip, and human cooperation. *Social and Personality Psychology Compass*, 10(6), 350-364.

- G1. Мені важко зберігати таємниці.
G2. Я відчуваю потребу ділитися таємницями з іншими.
L1. Мене абсолютно не цікавить, що про мене думають інші.
G3. Коли я чую плітки, я відчуваю потребу передати їх іншим.
G4. Мені подобається бути в курсі особистого життя інших людей.
G5. Я боюсь, що розповсюдження мною пліток може негативно вплинути на мої стосунки з оточуючими.
G6. Я відчуваю провину після того, як поділився плітками з іншими.
G7. Я помітив, що обговорення інших людей спричиняє напругу у стосунках.
G8. Я вважаю, що обмін інформацією про інших є природною частиною людського спілкування.
L2. Я ніколи не цікавився справами інших осіб за їх відсутності.
G9. Я вважаю, що пліткування - це нешкідливе заняття.
G10. Я ділюся інформацією про інших з друзями чи колегами, навіть якщо в цьому немає необхідності.
L3. Я завжди перебуваю в гарному настрої.
G11. Мені важко зберігати секрети, і я відчуваю потребу поділитися ними з іншими.
L4. Я ніколи не поширював інформацію про особисте життя інших людей.
G12. Я надаю перевагу обговоренню інших людей, ніж іншим темам.
L5. Я ніколи не обговорюю інших людей за їх відсутності.
G13. Бували ситуації, коли мене просили зберегти секрет, але я все одно поділився цією інформацією з іншими.
G14. Мені важко зрозуміти, чому інші засуджують пліткування.
G15. Я намагався контролювати своє бажання пліткувати, уникаючи певних людей або ситуацій, але мені це не вдалося.
L6. Я ніколи не розповідав секрети інших.
G16. Деякі мої дружні стосунки сформувалися через

розмови про інших людей.

- G17. Я міг би годинами слухати історії про життя моїх знайомих.
G18. Я терпіти не можу бути поруч з людьми, які говорять про інших за їхніми спинами.
G19. Я люблю обговорювати життя своїх друзів.
G20. Мені не приносить задоволення ділитися з кимось подробицями особистого життя інших.
L7. Я жодного разу не думав про інших людей погано.

Oleksandra Balashevych

Student, Faculty of Psychology, Taras Shevchenko National University of Kyiv (Kyiv, Ukraine)

Olena Orliuk

Student, Faculty of Psychology, Taras Shevchenko National University of Kyiv (Kyiv, Ukraine)

Alina Proskurnia

PhD, assistant professor of the Department of Psychodiagnostics and Clinical Psychology, Faculty of Psychology, Taras Shevchenko National University of Kyiv (Kyiv, Ukraine)

Researcher, Faculty of Human and Social Studies, Mykolas Romeris University (Vilnius, Lithuania)

THE DEVELOPMENT AND APPROBATION OF THE QUESTIONNAIRE FOR DETECTING THE TENDENCY TO GOSSIP (TTGQ – TENDENCY TO GOSSIP QUESTIONNAIRE): A PILOT STUDY

ABSTRACT

Gossiping is a widespread phenomenon in interpersonal relationships, significantly impacting social dynamics and the emotional state of participants. It has the potential to create distrust and conflict, especially when false information is involved. Despite its prevalence, there is a lack of reliable instruments to measure gossip propensity. This article aims to present the results of a pilot study that involved developing and validating a psychodiagnostic questionnaire to identify individuals' inclination to engage in gossip. To achieve this, an analysis of classical and modern scientific sources was conducted to

explore gossip as both a psychological and social construct. The article outlines the stages of questionnaire development and highlights adjustments made based on the obtained results. The internal consistency of the questionnaire was assessed using Cronbach's Alpha, resulting in a coefficient of 0.838 for the overall scale and 0.634 for the lying subscale. These coefficients indicate a high level of reliability, suggesting that the questionnaire items effectively measure the same underlying construct and exhibit interrelatedness. Thus, the results obtained using this questionnaire can be considered reliable and accurate, making it an effective tool for measuring tendencies towards gossiping. The psychodiagnostic questionnaire presented in this study fills the gap in existing measurement instruments, providing researchers with a valuable tool to explore and understand gossip propensity in interpersonal relationships.

Keywords : Gossiping, interpersonal relationships, social dynamics, emotional state, false information, psychodiagnostic questionnaire.

Олександра Костянтинівна Балашевич

Студент факультету психології, Київський національний університет імені Тараса Шевченка, м. Київ (Україна)

Олена Валентинівна Орлюк

Студент факультету психології, Київський національний університет імені Тараса Шевченка, м. Київ (Україна)

Аліна Сергіївна Проскурня

Кандидат психологічних наук, асистент кафедри психодіагностики та клінічної психології, факультет психології, Київський національний університет імені Тараса Шевченка, м. Київ (Україна)

Дослідник факультету гуманітарних та соціальних наук, Університет Миколаша Ромеріса, м. Вільнюс (Литва)

СТВОРЕННЯ ТА АПРОБАЦІЯ ОПИТУВАЛЬНИКА ДЛЯ ВИЯВЛЕННЯ СХИЛЬНОСТІ ДО ПЛІТКАРСТВА (TTGQ – TENDENCY TO GOSSIP QUESTIONNAIRE): ПЛОТАЖНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ

АНОТАЦІЯ

Плітки – це широко поширене явище в міжособистісних стосунках, яке суттєво впливає на соціальну динаміку та емоційний стан учасників. Це може спричинити недовіру та конфлікт, особливо коли йдеться про неправдиву інформацію. Незважаючи на його поширеність, бракує надійних інструментів для вимірю-

вання схильності до пліток. Ця стаття має на меті представити результати пілотного дослідження, яке передбачало розробку та валідацію психодіагностичного опитувальника для визначення схильності людей до пліток. Щоб досягти цього, було проведено аналіз класичних і сучасних наукових джерел для вивчення пліток як психологічної та соціальної конструкції. У статті окреслено етапи розробки анкети та висвітлено корективи, внесені на основі отриманих результатів. Внутрішню узгодженість опитувальника оцінювали за допомогою альфа Кронбаха, що дало коефіцієнт 0,838 для загальної шкали та 0,634 для брехливої субшкали. Ці коефіцієнти вказують на високий рівень надійності, припускаючи, що пункти опитувальника ефективно вимірюють ту саму базову конструкцію та виявляють взаємозв'язок. Таким чином, результати, отримані за допомогою цього опитувальника, можна вважати надійними та точними, що робить його ефективним інструментом для вимірювання схильності до пліток. Психодіагностична анкета, представлена в цьому дослідженні, заповнює прогалину в існуючих інструментах вимірювання, надаючи дослідникам цінний інструмент для вивчення та розуміння схильності до пліток у міжособистісних стосунках.

Ключові слова: пліткування, міжособистісні стосунки, соціальна динаміка, емоційний стан, неправдива інформація, психодіагностична анкета.

How to cite (як цитувати):

Balashevych, O., Orliuk, O., & Proskurnia, A. (2023). THE DEVELOPMENT AND APPROBATION OF THE QUESTIONNAIRE FOR DETECTING THE TENDENCY TO GOSSIP (TTGQ – TENDENCY TO GOSSIP QUESTIONNAIRE): A PILOT STUDY. PSYCHOLOGICAL JOURNAL, 9 (2), 7 - 14. <https://doi.org/10.31108/1.2023.9.2.1> [in Ukrainian]

Retrieved from <https://apsijournal.com/index.php/psyjournal/article/view/1548>

Дата отримання статті: 11.01.2023

Дата рекомендації до друку: 12.02.2023

Дата оприлюднення: 28.02.2023