DOI: 10.24290/1029-3736-2026-32-1-84-108

СЛУХИ В СОВРЕМЕННЫХ ОРГАНИЗАЦИЯХ: ФУНКЦИИ, ПОСЛЕДСТВИЯ И ОТНОШЕНИЕ РОССИЙСКИХ СОТРУДНИКОВ

А.В. Маркеева, канд. социол. наук, доц., доцент кафедры экономической социологии и менеджмента социологического факультета МГУ имени М.В. Ломоносова, Ленинские горы, 1, стр. 33, г. Москва, Российская Федерация, 119234*

Статья посвящена рассмотрению феномена слухов как социальной коммуникации и неотъемлемой части современных внутриорганизационных процессов. Актуальность темы обусловлена ускорением информационных потоков в постиндустриальную эпоху, где слухи превращаются в ресурс стратегического и тактического менеджмента, способствующий формированию организационных легенд, брендов и инноваций. В условиях российской специфики, характеризующейся высокой степенью неформальных связей и низким уровнем доверия к официальным источникам, слухи приобретают особое значение, часто становясь механизмом адаптации к неопределенности.

Автором проведен комплексный анализ функций слухов, что позволяет показать их амбивалентный характер, с одной стороны, потенциал применения для восполнения информационных пробелов, сплочения коллектива, антистрессовые функции, с другой — возможные деструктивные последствия их распространения в организациях (усиление конфликтности, рост стресса и снижение продуктивности).

На основе комплексного анализа вторичных данных (волновые и специализированные опросы исследовательских центров SuperJob, Работа.ру, опросы российских работодателей и т.д.) выявлены тенденции в изменении отношения к слухам у сотрудников российских организаций, показаны направления интеграции данного типа неформальных коммуникаций в решение организационных задач. Акцентируется внимание, что в современных российских условиях слухи часто ассоциируются с абьюзивным поведением и хроническим стрессом, что способствует выгоранию и текучести кадров.

Автор стремится интегрировать теоретические рамки изучения слухов с практическими аспектами организационного поведения, подчеркивая необходимость баланса между контролем и использованием слухов для повышения эффективности современных организаций. Статья способствует разработке практических инструментов для устойчивого управления неформальными коммуникациями, гармонизации рабочих процессов и социального благополучия в эпоху цифровизации, предлагая рекомендации для HR-специалистов.

* **Маркеева Анна Валерьевна**, e-mail: anna_markeeva@mail.ru

Ключевые слова: *слухи, сплетни, современные организации, функции слухов, внутрикорпоративные коммуникации, сотрудники.*

RUMORS IN MODERN ORGANIZATIONS: FUNCTIONS, CONSEQUENCES AND ATTITUDES OF RUSSIAN EMPLOYEES

Markeeva Anna V., PhD in Sociology, Associate Professor of Department of Economic Sociology and Management, Faculty of Sociology, Lomonosov Moscow State University, Leninskiye Gory, 1-33, Moscow, Russian Federation, 119234, e-mail: anna_markeeva@mail.ru

The article is devoted to the phenomenon of rumors as a social communication and an integral part of modern organizational processes. The relevance of the topic attributed to the acceleration of information flows in the post-industrial era, where rumors are becoming a resource for strategic and tactical management, contributing to the formation of organizational legends, brands and innovations. In the context of Russian specifics, characterized by a high degree of informal ties and a low level of trust in official sources, rumors acquire special importance, often becoming a mechanism for adapting to uncertainty. The author has carried out a comprehensive analysis of the functions of rumors, which allows us to show their ambivalent nature, on the one hand, the potential for filling information gaps, team cohesion, anti–stress functions, on the other — the possible destructive consequences of their spread in organizations (increased conflict, increased stress and decreased productivity).

Based on a comprehensive analysis of secondary data (wave and specialized surveys of SuperJob, surveys of Russian employers, etc.) revealed trends in changing attitudes towards rumors among employees of Russian organizations, showed the directions of integration of this type of informal communication in solving organizational problems. It is emphasized that in modern Russian conditions, rumors are often associated with abusive behavior and chronic stress, which contributes to burnout and staff turnover.

The author strives to integrate the theoretical framework of the study of rumors with practical aspects of organizational behavior, emphasizing the need for a balance between control and the use of rumors to improve the effectiveness of modern organizations. The article promotes the development of practical tools for the sustainable management of informal communications, the harmonization of work processes and social well-being in the age of digitalization, offering recommendations for HR specialists.

Key words: *rumors, gossip, modern organizations, internal corporate communications, rumor functions, employees.*

Слухи являются неотъемлемым элементом социальной коммуникации людей. Можно спорить с современными исследователями, указывающими на основополагающее значение слухов и сплетен в формировании социальной общности и языковых сис-

тем[1], но нельзя отрицать, что они выполняли и будут выполнять ряд важнейших функций в обеспечении жизнедеятельности и кооперации. Слухи устраняют информационные пробелы, выступают компонентом выстраивания и поддержания внутригрупповых отношений и взаимодействий, являются важным элементом внутригрупповой идентификации, выполняют антистрессовую и досуговые функции, нивелируя последствия повседневной рабочей и личной рутины. Слухи и сплетни всегда присутствовали в различных практиках: трудовых, досуговых, политических и иных. Однако отношение к данным феноменам менялось. Так, в условиях формирования индустриальной экономики с главенством четко выстроенных обезличенных организационных структур, распространением формализованных подходов к управлению организациями и людьми, слухи рассматривались как требующий искоренения элемент организационной культуры. Система управления в той или иной мере активно работала на снижение слухов. Вхождение общества в постиндустриальную фазу заставило переосмыслить сложившиеся подходы: радикальные трансформации организационных структур и постиндустриальных принципов управления сформировали новый ракурс рассмотрения слухов не только как элемента деструкции, расшатывания сложившихся отношений, а как "нового ресурса" — потенциала для управления организациями. Фактически в XXI в. в ряде концепций стало признаваться, что слухи присущи (имманентно вплетены в деятельность) любой организации, но главное — ими можно управлять. Это привело к созданию разнообразных инструментов диагностики, а также прикладных направлений румолорология, управление слухами (rumors management), в которых слухи становятся и объектом изучения, и инструментом целенаправленного управленческого воздействия. Высокий уровень доверия к неформальной коммуникации, интерес, быстрая оборачиваемость слухов (при правильной организации) создают возможности использования слухов для решения разных внутриорганизационных задач (от информирования, мобилизации и задания драйва до снижения сопротивляемости организационным изменениям). При этом управленцы стали рассматривать слухи не в только в контексте тактического, но и стратегического управления: слухи имеют свойство закрепляться, превращаясь в организационные ле-

[1] Наиболее острые дискуссии вызывает концепция Р. Данбара, см.: *Dunbar R.I.* Gossip in evolutionary perspective // Review of General Psychology. 2004. Vol. 8. N 2. P. 100–110. DOI: 10.1037/1089-2680.8.2.100

генды, постоянно воспроизводятся в новых форматах, давая возможность реализовываться посредством сторителлинга творческой, самобытной инициативе сотрудников. Так, слухи о начале пути того или иного руководителя или предпринимателя вырастают в легенды, которые становятся фундаментом организационной культуры, закрепляя правила, нормы, транслируя во внутреннюю и внешнюю среду ценности организации. Это было значимым и во времена расцвета индустриального бизнеса Рокфеллеров или Форда, но приобрело на порядок больше значение в информационную эпоху для формирования персональных брендов представителей цифрового бизнеса: Илона Маска, Марка Цукерберга или Павла Дурова. Но главное — превратило слухи наряду с другими сложно формализуемыми феноменами в ресурс для социального конструирования и инжиниринга.

Слухи, являясь нематериальным продуктом, тем не менее обретают свое материальное воплощение — закрепляясь в виде организационных легенд или историй. Судачить, распускать сплетни, пускать слух, рассказывать анекдоты и т.д. — все эти варианты социальных практик– работают на формирование или закрепление "нужных", "правильных" ," необходимых организационных практик, структурируют и обучают современные организации[2]. Они же формируют и закрепляют определённые организационные роли (например, "штатных сплетников"). Слухи, обретая возможность передачи в определенных организационных пространствах, придают последним новые смыслы и значения.

Значимую роль в популяризации слухов как управленческого инструмента оказали маркетинговые и журналистские сообщества, которые первыми оценили потенциал их использования во взаимодействиях с внешними аудиториями. Маркетологи, находясь в высоконкурентной среде искали новые (как правило, более дешевые и эффективные) способы выделиться, напомнить о своем продукте, журналисты — интегрировали слухи в существующий новостной и медийный контент. Развитие технологической инфраструктуры (социальных сетей и социальных медиа) не только усилило распространение технологий запуска слухов как в отношении внешних аудиторий, так и внутри организаций, но создало предпосылки формирования новых феноменов, фейков, недостоверной, лживой, сфальсифицированной информации, которая будучи облеченной

[2] *Baumeister R.F., Liqing Z.* Gossip as Cultural Learning // Review of General Psychology. 2004. Vol. 8. N 2. P. 111–121. DOI: 0.1037/1089-2680.8.2.111

в оболочку правдоподобия используется как инструмент манипуляции и информационной борьбы. В целом, распространение фейков, постоянная техническая модернизация их создания (дипфейки и т.д.) создают серьезную угрозу развитию общества и индивида. Особенно остро проблема фейков проявляется в отношении использования средств массовой коммуникации в воздействии на молодежь[3] и требует не только научных исследований данного феномена, но целенаправленной технологической и ценностной контр-пропагандистской и информационной работы для нивелирования деструктивного воздействия на молодые поколения[4]. При этом важно работать в трех ключевых направлениях[5]: над совершенствованием политико-правовых норм, над добровольными или принудительными по закону изменениями в техническом дизайне медийных платформ, и над информированием общественности, повышением медиаграмотности населения.

Слухи в системе неформальных коммуникаций

Сложность определения слухов обусловлена двумя аспектами: 1) сложившейся историей изучения слухов в разных предметных полях, способствовавшей формированию различных (часто не пересекающихся и не имеющихся точек соприкосновения) научных дискурсов; 2) наличием множества феноменов, связанных с передачей неподтвержденной информации, близких по своему значению и функциям со слухами.

Множественность понятий слухов (при соотнесении складывается впечатление, что речь идет о разных явлениях или процессах), проистекает из различия исследовательских традиций. В последние годы особое значение приобретают следующие научные дискурсы:

---

[3] *Елишев С.О.* Средства методы и технологии манипулятивного воздействия на современную молодежь // Представительная власть — XXI век: законодательство, комментарии, проблемы. 2019. № 7–8 (174–175). С. 31–43; *Елишев С.О.* Спецслужбы иностранных государств, международные организации и СМИ, поддерживаемые ими, как субъекты манипулятивного воздействия на молодёжь // Вестник Московского университета. Серия 18. Социология и политология. 2018. Т. 24. № 3. С. 121–132.

[4] *Елишев С.О.* Социальное манипулирование молодёжью. М., 2018; *Дорцева Е.В.* Особенности пропагандистского воздействия на современную российскую молодёжь в цифровой среде // Социология. 2024. № 2. С. 19.

[5] *Medeiros B., Singh P.* Addressing misinformation on WhatsApp in India through intermediary liability policy, platform design modification, and media literacy // Journal of Information Policy. 2020. Т. 10. P. 276–298.

– стихийность — целенаправленность формирования и управления слухами;
– слухи как индивидуальный, межличностный, межгрупповой феномен;
– положительные и деструктивные последствия слухов.

Отражением второго аспекта является богатство синонимов слова "слухи" в русском языке: *молва, сплетни, толки, кривотолки, пересуды, оговор, байки, легенды* — вот неполный перечень слов, призванных описать нюансы различных близких друг другу форм неформальной коммуникации, связанных с неподтвержденной, недостоверной, неопределённой информацией. Наиболее активно в российских и зарубежных исследованиях обсуждаются вопросы различения понятий слухов со сплетнями и легендами.

Значительная часть исследователей сходится во мнении, что сплетни являются разновидностью слухов. Различия проводится по темам повествования (сплетни чаще касаются конкретных людей), ситуации высказывания и маркерам повествования. Отмечается, что сплетни отличает большая эмоциональная вовлеченность, выраженность личностных оценок к событиями или людям. Они не столько решают инструментальную задачу передачи некоторой информации, но приобретают "форму распространения информации, которая сродни религиозной вере. Сплетню нельзя верифицировать. Поэтому она выступает как своего рода пародирование веры, как низведение веры до быта, почти как parodia sacra"[6].

При разделении сплетен и слухов указывается также на "атрибуцию косвенной причастности". Сплетни, благодаря передаче информации об отсутствующих лицах, сохраняют вовлеченность "только в силу того влияния, которое они окажут на дальнейшие взаимоотношения с окружением. Сплетничая, собеседники получают информацию о поведении тех или иных лиц, демонстрируют приверженность общественной морали и групповым нормам, повышают самооценку и укрепляют социальные связи"[7].

Слухи же традиционно считаются имеющими менее пристрастный характер, а также характеризуются персональной вовлеченностью в происходящее и собственной причастностью собеседников к обсуждаемым событиям. Поэтому в слухах меньше праздного морализаторства, реже выдерживаются каноны и стилистика худо-

[6] Цит. по: *Автухович Т.* Сплетня как феномен жизни и литературы // Филолог. 2004. Вып. 5. URL: http://philolog.pspu.ru/module/magazine/do/mnum_5 (дата обращения 09.09.2025).

[7] *Горбатов Д.С.* Психология слухов и сплетен: монография. СПб., 2012.

жественного повествования. Как правило, слухи передаются в виде краткого сообщения, содержащего описание, предсказание или объяснение определенной ситуации.

Слухи — это истории или утверждения, передающие в общих чертах без подтверждения фактов. Наиболее значимым компонентом этой коммуникации выступает то, что обычно приукрашенные утверждения или приписывания, основанные на косвенных, непроверенных фактах и доказательствах отражают предположения или подозрения людей о том, как устроен мир[8]. Современные исследования слухов в рамках внутриорганизационных взаимодействий позволяют утверждать, что необоснованно выделять в качестве атрибутивных свойств слухов заведомую ложность или априори меньшую достоверность в сравнении с официальными сведениями, иррациональность и анонимность происхождения, устный характер распространения.

Важно подчеркнуть, что длительное повторение, рециркуляция слуха или определенные управленческие (организационные) усилия, направленные на повторяемость, способствуют превращению слухов в легенды. Так, различные повествования о происшествиях, будто бы имевших место в действительности, поучительные и развлекательные рассказы о "знакомых знакомых", об организационных героях, об обычных сотрудниках, случайно или по своей вине столкнувшихся с одной из многочисленных проблем современного мира закрепляются в организационной коммуникации, становясь важным элементом организационной культуры. В целом легенды и слухи обладают общими механизмами передачи информации. Несмотря на закрепившееся в обыденном сознании восприятие данных феноменов как ошибочных, неверных, ложных, они возникают из реальности и всегда обладают правдоподобием. Специалисты также отмечают, что "*отношения слухов и современной легенды — это всегда отношения взаимодействия, они постоянно подпитывают друг друга*"[9]. В качестве примера взаимодействия и связанности легенд и слухов можно привести историю о "героях" *Vodafone*[10]. Изначально родившийся как смелый эксперимент HR-специалистов по повышению мотивации региональных подразделе-

[8] *Kimmel A.J.* Rumors and rum or control: a manager's guide to understanding and combatting rumors. N.Y., 2012. P. 21.

[9] *Mullen P.B* Modern legend and rumor theory// Journal of the Folklore Institute. 1972. Aug.–Dec. Vol. 9. N 2–3. P. 95–109.

[10] *Томпсон К.* Рецепты корпоративной культуры. Как изменить привычное поведение. М., 2005.

ний в выполнении плана продаж (был сфабрикован и запущен слух о достижениях якобы одного из территориальных подразделений), он превратился в организационную легенду. Сейчас любой новый сотрудник организации обязательно посвящается и пропитывается духом "героев" *Vodafone (которых никогда в действительности не существовало).*

Необходимо отметить и еще одно важно свойство и легенд, и слухов, они часто возникают как ответ на кризисные (неопределенные) или необычные события, нечто, что имеет *множественность смыслов и исходов, на что невозможно ответить обычными средствами.* В большинстве слухов двусмысленность исходной ситуации разрешается, и слух в конце концов умирает. Но когда ситуация остается двусмысленной, шансы на то, что он сохранится и закрепиться в виде легенды возрастает.

Функции слухов

Сложность и многогранность данного феномена, различные традиции его изучения (в рамках социологии, психологии, коммуникативистики и т.д.) предопределяют многообразие выделяемых функций слухов, которые сложно классифицировать, уложить в какие-либо четкие группы. Безусловно, подобные попытки научного осмысления слухов делаются, но, как справедливо отмечает Д. Горбатов, ни одна из них пока не увенчалась успехом[11].

Попытки выделения специфических функций слухов в конкретных сферах (социальных конфликтах, толпе, компаниях и т.д.) приводят к тому, что мы теряем возможность интегрировать и объяснять слухи. Складывается впечатление, что исследователи ведут речь совершенно о разных явлениях и процессах. Подходы, пытающиеся систематизировать функции на двух уровнях анализа — групповом и индивидуальном — сталкиваются с тем, что практически любая из выделенных функций (будь то получение информации или формирование идентичности) не реализуется в "чистом" виде на одном из этих уровней. Но главное, при распространении слухов мы имеем дело и с механизмом сети, а значит бесконечным процессом кристаллизации временных или постоянных сообществ и индивидов, задействованных в создании и интерпретации слухов.

---

[11] См.: *Горбатов Д.С., Большаков С.Н.* Слухи в зарубежной социологии и социальной психологии: теоретические подходы // Социологические исследования. 2015. № 7. С. 98–107; *Горбатов Д.С* Функции слухов в социальной среде // Ученые записки СПбГИПСР. 2014. Вып. 1. Т. 21. С. 17–22.

Примерно с теми же сложностями сталкиваются исследователи, которые выделяют другие базовые основания для разделения слухов: позиция в распространении слухов (создатель слуха или аудитория восприятия слуха), содержательный тип слуха и др. Кроме того, всегда формируемый исследователем перечень функций будет неполным, что закономерно вызывает критику.

В исследовании слухов в системе организационных коммуникаций, целесообразно будет сосредоточиться на тех функциях, которые важны для решения ключевых задач управления персоналом (мотивации, вовлечения, повышения продуктивности, нивелирования организационного стресса и т.д.). При этом именно "качество" управленческого воздействия во многом определяет позитивных или разрушительный потенциал слухов в компаниях. Слухи могут стимулировать как деструктивные процессы в современных организациях (усиливать конфликты, разрушать сложившиеся системы взаимодействий, способствовать разобщению и стрессу), так и выполнять ряд конструктивных функций:

- *восполнять информационные пробелы в формальных коммуникациях, способствовать объяснению и осмыслению ситуации;*
- *создавать ориентиры и модели действий для сотрудников;*
- *выступать инструментом борьбы за внимание и влияния;*
- *способствовать сплочению и социальному объединению коллектива.*

Любой слух содержит не только информацию, которая используется для восполнения пробелов, но направлен на то, чтобы понять ситуацию. Так, Н. Смелзер при анализе действий толпы на примере беспорядков в Уоттсе указывал именно на эту важную составляющую слухов — они не только призваны дать информацию, мобилизовать толпу, но "слухи готовят людей к действиям. Они помогают им понять, что случилось и должно произойти, а также что и где надо предпринять"[12].

Исследователи слухов в системе формализованных структур указывали на этот важнейший компонент, однако акцентировали внимание на разных уровнях аспектах осмысления. Так, Г. Олпорт и Л. Постмэн концентрировались на тех усилиях для понимания происходящего, которые принимают субъекты при попадании в "неструктурированную ситуацию"[13], а Т. Шибутани был интере-

[12] *Смелзер Н.* Социология. М., 1994. Гл. 19.

[13] *Allport G.W., Postman L.* The basic of psychology of rumor. N.Y., 1945. S. II. Vol. 8. P. 49–58.

сен аспект "коллективного решения проблемы", когда включенные в слухообразование и распространения субъекты объединяли свои интеллектуальные ресурсы для выработки "коллективной интерпретации происходящего"[14]. Очень показательны в этом отношении группы работников в социальных сетях — преобразующиеся от полей обсуждений (в большинстве основанных на слухах) к самоорганизующимся инициативам защиты своих прав. Например, один из многочисленных Telegram- каналов сотрудников *Wildberries* (Правда сотрудников Вайлдберриз. Кубань[15]), недовольных условиям труда и существующей в организации системой контроля — на базе сбора слухов с разных территориальных подразделений ("в отделах брака готовятся сокращения"; "работники из разных регионов сообщают, что выплаты за декабрь не соответствуют выполненной работе", "сотрудников складов заставляют принудительно раздеваться" и т.д.), их совместного анализа и интерпретации в интернет-пространстве создают основу для коллективных действия (петиций, забастовок, блокировки деятельности компании и т.д.).

В процессе осмысления и интерпретации поступившей информации, включенные в слух, получают возможность найти ориентиры поведения, судить о правильности своих действий, в целом соотносить свои действия с коллективными. Эта функция слухов достаточно подробно была исследована и описана в работах Г. Тарда. Важно подчеркнуть, что слухи часто связывают с ситуацией неопределенности, с наличием недостаточной информации, однако они могут использоваться и в рутинной деятельности, в стандартных условиях просто как инструмент структурирования рабочих процессов. Это значение слуха четко показано И. Гофманом в процессе воспроизводства типичной для современных организаций ситуации — умения "изображать работу". Современные организации часто создают процессы и условия, в которых сотрудники должны быть готовыми демонстрировать усердную работу в конкретный момент, а не выполнять ее фактически. Важно, что слух как инструмент, может быстро приводить систему в нужное состояние имитации. Вот как описывает данный процесс И. Гофман на примере корабельной верфи: "Было удивительно наблюдать, как все кругом преображалось, когда проносился слух, что в корабельном корпусе или в цеху появился мастер или что где-то рядом начальник из управления компании. Бригадиры и звеньевые бросались

[14] *Shibutani T.* Improvised news: a sociological study of rumor. Indianapolis, 1966.
[15] Правда сотрудников Вайлдберриз. Кубань. URL: https://t.me/pravda23_wb

к своим рабочим и всячески понукали их проявлять активность. «Не дайте ему застать вас сидящими!» — таково было универсальное наставление, и там где не было работы, люди деловито гнули и резали какую-нибудь трубу, без нужды подтягивали уже твердо закрепленный на месте болт. Это была формальная дань, неизменно приносимая каждому обходу работ боссом"[16].

Особое внимание уделяется возможностям таких неформальных коммуникаций выступать инструментом влияния на настроения, мнения и поведение. Например, прибегание к слухам позволяет добиться внимания (выиграть борьбу за внимание) как во внутриорганизационных процессах, так и в случае борьбы с конкурирующими фирмами за внимание потребителей.

Важно понимать, что слухи способствуют формированию и поддержанию особого образа (причастности к недоступной, эксклюзивной информации), способствуют повышению авторитета и престижа в глазах слушателей. Так, по мнению А.И. Караяни, именно реализация слухом потребности в престиже приводит к его коммодификации: «Сообщая другому сведения, составляющие содержание слуха, человек поднимает себя в своих глазах... У окружающих создается впечатление о некой "принятости", "вхожести" носителя эксклюзивной информации в референтные группы, формируется мнение о нем как о человеке осведомленном. В данном случае слух рассматривается в качестве товара»[17]. Так, в организациях появляются "штатные сплетники" (вспомним образ знаменитой Шурочки из фильма "Служебный роман"). Несмотря на смену экономических формаций — Шурочки существуют и в современных компаниях. Теперь HR-специалисты красиво называют их "третьей стороной в сплетнях" и пытаются вывести различные характеристики таких организационных ролей (например, штатный сплетник связывает как минимум два отдела или отделы и руководителей; распространяет плохие новости и сплетни; дает оценки, не привязанные к данным; не имеет собственных результатов), при этом достаточно часто связывая таких людей с определенными социально-психологическими чертами и качествами. Однако, современные исследования с применением комбинации опросного инструментария и агрегации больших данных, получаемых с помощью трекинговых приложений, фиксирующих все взаимодействия, контекст

[16] *Гофман И.* Представление себя другим в повседневной жизни. М., 2000. С. 145–146.

[17] *Караяни А.И.* Слухи как средство информационно — психологического противодействия // Психологический журнал. 2003. № 6.

и разговоры респондента убедительно доказывают, что существующие стереотипы, что сплетниками и разносчиками слухов являются "аморальные, необразованные, люди; как правило, женщины и представителями низшего социального класса" не находят своего эмпирического подтверждения[18]. Интересно и то, что большая часть продуцируемых сплетен и слухов в реальной жизни не несут негативной информации. Так, 467 участников исследования М. Роббинса и А. Карана 2020 г. в среднем проводили в день 52 минуты за сплетнями, три четверти из которых были нейтральными, безобидной болтовней и касались социальной информации. При этом женщины чаще сплетничали нейтрально, чем мужчины, а молодые люди чаще распускали негативные слухи, чем пожилые[19].

Слухи могут кардинально изменить интенсивность переживаемых людьми чувств (причем речь может идти об изменении поведения как в малых, так и больших социальных группах), побудить их к определенному поведению. Любая организация представляет собой "политическую карту", на которой разные "группы", "коалиции", "профессиональные группы", отдельные сотрудники не только формируют свой особый имидж, но и соревнуются за доступ или использование определенных ресурсов. С этой позиции слухи можно и нужно рассматривать в контексте инструментов властных отношений.

Слух позволяет за счет кристаллизации общей точки зрения, выработки и обсуждения сценариев и стратегий действия обретать чувство сопричастности, единения "Мы". Значительная часть исследователей слухов акцентирует внимание на том, что часто инструментом такого объединения выступает незримо формируемым образ врага[20] (какой-либо проблемы, угрозы или индивидов или групп, стоящих или связанных с ними).

Так, достаточно часто в территориальных филиалах компаний слухи о "далеком" столичном руководстве формируют образ этого руководства**,** что сплачивает коллектив филиала и позволяет им вырабатывать как отношение, так и общие стратегии в случае возможных проверок.

В рамках организационных процессов важно чувствовать тонкую грань, когда слухи способны выступить инструментом кон-

---

[18] *Robbins M.L., Karan A.* Who gossips and how in everyday life? // Social Psychological and Personality Science. 2020. Vol. 11(2). P. 185–195. DOI: https://doi.org/10.1177/1948550619837000

[19] Там же.

[20] *Горбатов Д.С.* Функции слухов в социальной среде // Ученые записки СПбГИПСР. 2014. Вып. 1. Т. 21. С. 17–22.

солидации и сотрудничества, но не запустить разрушительные центробежные силы, которые поляризуют коллектив. В целом механизм влияния слухов на сотрудничество достаточно подробно исследуется в последние годы[21]: через укрепление сотрудничества посредством прямой взаимности (на примере экономических игр[22], стимулирования более длительных коалиций и партнерств на основе информации о прошлом поведении партнеров, получаемой из слухов[23]. Но этими данными надо еще научиться пользоваться HR-специалистам и руководителям.

Слух может быть инициирован стремлением помочь коллегам, друзьям по работе, предупредить их и дать возможность самим или совместно подготовиться к встрече с неприятным событием. Слухи могут способствовать сплочению не только в проблемной ситуации, этот эффект может проявляться и в рутинных, в повседневным задачах, как следствие и желания преодоление этой рутины. В отсутствии проблемной ситуации можно говорить *о развлекательной или досуговой функции слухов*. Сотрудникам организации нужно пространство для домыслов, пустой болтовни, интересных сплетен о коллегах. Это то, что скрашивает монотонность рабочих будней, позволяет создать повод для контактов и разговоров — в целом "оживляет" и наполняет рабочие процессы. В этом отношении слухи могут стать и особым элементом реализации творчества — формируя в процессе такого времяпровождения современные организационные мифы.

В реализации досуговой функции слуха важно то, что слухи могут быть толчком для установления социального взаимодействия, той отправной точкой, которая задает контекст или линию разговора. Так, исследуя городские легенды, связанные с взаимодействием компаний и потребителей социолог Дэн Миллер описывал необходимость обязательного изучения слуха в его социальном контексте, указывая что слух выступает основой для взаимодействий, "открывает разговор, задав тон и контекст для остальной части беседы"[24].

---

[21] *Balliet D., Wu J., Van Lange P. A.* M. Indirect reciprocity, gossip, and reputation-based cooperation. N.Y., 2020. P. 265–287.

[22] *Sommerfeld R.D. et al.* Gossip as an alternative for direct observation in games of indirect reciprocity // Proceedings of the national academy of sciences. 2007. Vol. 104. N 44. P. 17435–17440.

[23] *Feinberg M., Willer R., Schultz M.* Gossip and ostracism promote cooperation in groups // Psychological science. 2014. Vol. 25. N 3. P. 656–664.

[24] *Miller D.E.* Rumor: An Examination of Some Stereotypes // Symbolic Interaction. 2005. Vol. 28. N 4. P. 516.

Важно понимать и использовать это социально-психологическое значение слухов — как элемента снятия стресса и тревожности. В период сильных динамичных изменений слухи естественным образом возрастают, но они же выполняют компенсаторную и антистрессовую функцию — проговаривая, воспринимая и обсуждая слух, человек восстанавливает контроль над ситуацией. Так, пример ковидной ситуации продемонстрировал, что чем более многочисленными и фантастичными становились слухи, тем быстрее в организациях начинало самостоятельно (без руководящего вмешательства) формироваться ядро людей с взвешенным и рациональным подходом к преодолению ситуации. Шибутани называл этот эффект "критическим размышлением".

Необходимо подчеркнуть, что для многих организаций с жестко регламентированными, формализованными процессами, с преобладанием обезличенного, формального общения, слухи и сплетни выступают эмоциональными компенсаторами, наполняя общение внутри организации эмоциональным содержанием, становятся своеобразной попыткой придать "бездушной" машине эмоций.

Важно и то, что слухи препятствуют деактуализации информации. Этот важный аспект напоминания о каком-то событии, персоне, воскрешение казалось бы ушедшего в прошлое факта был отмечен Н. Луманом. Он предполагал, что слухи придают событию, вышедшему из поля внимания аудитории, вес, предотвращая деактуализацию[25]. Таким образом, слухи и сплетни, становятся механизмом напоминания, подогревая интерес к очередному событию. Поэтому умело сфабрикованный слух или сплетня может стать способом контроля над настроением сотрудников, привлечь внимание к какому-либо событию, стать инфоповодом для вовлечения персонала и наконец, просто оживить уже существующую внутриорганизационную историю или легенду. Но все это работает только в условиях непрерывной диагностики и управления подобными неформальными коммуникациями со стороны компании, для нивелирования возможностей, когда неуправляемый поток слухов и сплетен начинает внутренне дезорганизовать и разрушать коллектив компании.

Слухи и сплетни в восприятии российских сотрудников

Начиная с 2008 г. компания SuperJob проводит волновые исследования, посвященные самым раздражающим российских сотрудников факторам на работе. Более, чем 17-летний период изучения данного вопроса дает интересную картину восприятия сплетен и слухов.

[25] *Луман Н.* Реальность массмедиа. М., 2005. С. 37.

Во-первых, достаточно динамичное изменение отношение к данной неформальной коммуникации со стороны российских сотрудников сочетается с относительной стабильностью тем. Как правило, слухи в российских организациях укладываются в три основных тематических блока: 1) рабочие процессы (повышения, организационные изменения, контроль, рабочие конфликты и т.д.); 2) подробности личной жизни других сотрудников; 3) другое (имплементация различных внешний событий и их связь с внутриорганизационными процессами, событиями или персонами).

Значительная часть слухов касается коллег и руководителей, при чем в разных аспектах — и в части выполнения организационных задач и функциональных обязанностей, и обсуждения их личных качеств и жизненных обстоятельств. В этом отношении в современных российских организациях слухи часто переплетаются со сплетнями. И в этом как в зеркале проявляется двойственность и противоречивость нашей культуры. С одной стороны, считается нормальным, допустимым и естественным обсудить коллег, а с другой — как будет показано ниже, эти естественные (закреплённые и воспроизводимые) практики выступают одними из самых раздражающих, стрессовых факторов в российских коллективах. И когда они становятся избыточными, не подвергаются нивелированию, профилактике, это естественным образом запускает деструктивные процессы разрушения коллектива и снижения возможностей эффективно решать поставленные задачи.

Слухи о персонах демонстрируют творческое начало российского человека — будучи небольшими по размеру, они всегда образны (метафоричны), могут рассматриваться как мини-истории. Такое творчество жизни, как уже отмечалось, не только дает участникам информацию (фактологию) о внутриорганизационных взаимодействиях, но позволяет ее создателю "преодолеть монотонность существования и реализовать нереализуемую в официальной социальной практике энергию созидания"[26].

В корпоративном секторе некоторые российские руководители оценили потенциал использования практики "посудачить о них в коллективе" и используют их как инструмент формирования и укрепления персональных брендов. Руководители как селебрити начинают относится к слухам и к сплетням, как показателям и свидетельствам их личной популярности. Принимая высказывание

[26] *Автухович Т.* Сплетня как феномен жизни и литературы // Филолог. 2004. Вып. 5. URL: http://philolog.pspu.ru/module/magazine/do/mnum_5 (дата обращения: 22.09.2025).

Оскара Уайльда: “Хуже, чем сплетни о вас, может быть только их отсутствие” — как руководство к действию. Достаточно часто они не только не запрещают, но стимулируют народное творчество. Но использование такого подхода допустимо и приводит к позитивным последствиям только в организациях с определённым типом корпоративной культуры. Управленческая мода на такие технологии (без учета факторов особенностей коллектива, сложившегося типа взаимодействий) способна оказать в целом разрушительное влияние на и без того низкий уровень доверия в российских компаниях.

Начиная с момента первого этапа волновых исследований в 2008 г. и до наступления пандемии (2020), слухи постепенно становились менее раздражающим организационным фактором (рис.).

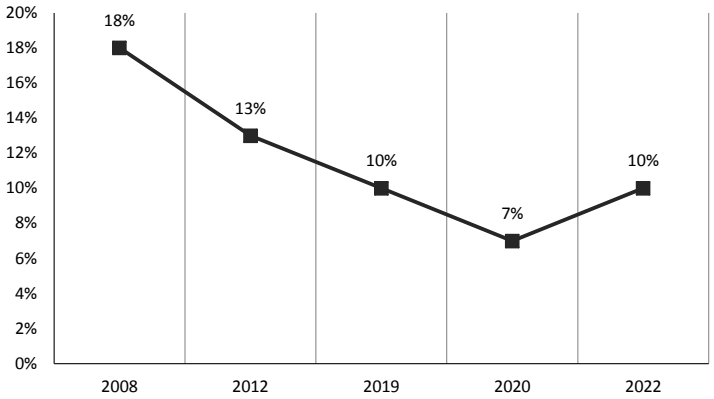

Рис. Динамика отношения российских сотрудников к слухам как раздражающему фактору в рабочих процессах, 2008–2022

Источник: Составлено автором на основании данных опросов SuperJob[27]

Во многом по оценкам экспертов это было связано с тем, что устойчиво формировался тренд на более конструктивную рабочую обстановку в российских организациях: увеличивался процент опрошенных, которых ничего не раздражало на рабочем месте (с 10% в 2008 г. до 23% в 2022-м). Представленные данные, с одной стороны, подтверждают очевидную вещь — фактор социально-эко-

[27] Составлено на основе результатов исследований SuperJob. URL: https://www.superjob.ru/community/kollektiv/9290/?next=15; https://www.superjob.ru/community/kollektiv/68875/; https://www.superjob.ru/research/articles/113445/v-kollegah-po-ofisu-rossiyan-bolshe-vsego-razdrazhayut-spletni/; https://www.superjob.ru/research/articles/112569/v-ofise-v-kollegah-bolshe-vsego-razdrazhaet-kurenie/; https://www.superjob.ru/research/articles/112176/bolshe-vsego-v-kollegah-razdrazhaet-kurenie/

номической и политической нестабильности (2008 г. — финансовый кризис, 2022 — специальная военная операция) провоцирует вероятно усиление слухов в организациях, создает общий контекст их неприятия и раздражения. Так, первые замеры отношения к слухам были проведены в 2008 г. в разгар экономического кризиса, что вкупе с общей неопределенностью, стимулировало негативное отношение к слухам, которые не проясняли перспективы для работников (уволят или нет, сможет организация остаться на плаву, сократят ли заработную плату, что будет с инфляцией и т.д.), а еще более усугубляли и без того стрессовую ситуацию. По мере того, как потенциал слухов в объяснении ситуации, выработке стратегии поведения в условиях неопределенности начинал работать, а также в общем контексте улучшения ситуации — россияне толерантнее начинали относится к подобной информации.

Интересно, что пандемия COVID-19 со всей ее неопределенностью и страхами не вызвала такого эффекта, а наоборот сгладила отношение. Расширение удаленных форматов работы — позволили россиянам не только сравнить и понять особенности удаленного взаимодействия, но и внесли коррективы в представление о том, что раздражает в коллегах. В ходе исследования 2020 г. раздражающие факторы оффлайн формата не претерпели изменений в ранге, но сделали более лояльным отношение к привычкам и поведению других — также как и в 2019 г. курение и сплетни лидировали в перечне раздражителей, но нервировали только 9% и 7% опрошенных[28]. Удаленный формат привел к заметному снижению раздражения: 38% опрошенных отметили, что в коллегах на удаленке их ничего не раздражает. Самым же неприятным явлением в рабочем общении через интернет стало игнорирование сообщений и звонков коллегами на удаленке (7%). На втором месте — лень (6%). Протестировав онлайн формат работы, значительная часть российских работников позитивно отнеслась к возврату в офисы, к "живому общению": после периода заточений и социальных изоляций, соскучившись, российские работники стали терпимее относится к слухам и сплетням.

В 2022 г. процент российских работников, высказывающих негативное отношение к слухам и сплетням на рабочем месте, опять

[28] В офисе в коллегах больше всего раздражает курение, на удаленке — игнорирование сообщений // Опрос Исследовательского центра портала SuperJob.ru 19–30 ноября 2020 года. Место проведения опроса: Россия, все округа. Исследуемая совокупность: экономически активное граждане России старше 18 лет, имеющие постоянную работу. N=1600. URL: https://www.superjob.ru/research/articles/112569/v-ofise-v-kollegah-bolshe-vsego-razdrazhaet-kurenie/ (дата обращения: 13.09.2025).

начал расти (10% опрошенных указали на них как самый раздражающий фактор в работе). И как будет показано на данных 2024–2025 гг., раздражение и недовольство в отсутствии конструктивных действий со стороны руководства компаний способствовало переходу в более жесткую плоскость: россияне стали не просто раздражаться на наличие слухов, пустой болтовни и сплетен от коллег и сослуживцев, но рассматривать их в качестве стрессора, как проявление абьюзивного поведения и манипуляций.

Следует также отметить, что за весь период обследований сплетни/ слухи/ пустая болтовня на рабочем месте устойчиво входили в топ-3 основных причин, раздражающих российских сотрудников (табл.).

Таблица

Топ-3 раздражающих российских сотрудников факторов на работе 2008–2022 гг.

2008		2012		2019		2020		2022	
Топ-3 раздражающих фактора	% опрошенных	Топ-3 раздражающих фактора	% опрошенных	Топ-3 раздражающих фактора	% опрошенных	Топ-3 раздражающих фактора	% опрошенных	Топ-3 раздражающих фактора	% опрошенных
1. Сплетни, пустые разговоры	18	1. Курение	15	1. Курение	12	1. Курение	9	1. Сплетни, слухи, пустые разговоры	10
2. Курение	16	3. Сплетни, пустые разговоры	13	2. Сплетни, слухи, пустые разговоры	10	3. Сплетни, слухи, пустые разговоры	7	2. Курение	9
3. Звездная болезнь/ высокомерие коллег	6	4. Бестактность, бесцеремонтность, навязчивость	5	4. Лицемерие, интриги, жалобы, лень	5	4. Бескультурье, хамство	7	2. Лень и халатность на работе	5

Источник: Составлено автором на основе результатов исследований SuperJob[29]

[29] Составлено на основе результатов исследований SuperJob. URL: https://www.superjob.ru/community/kollektiv/9290/?next=15; https://www.superjob.ru/community/kollektiv/68875/; https://www.superjob.ru/research/articles/113445/v-kollegah-po-

Интересно, что на протяжении всего периода изучения с 2008 по 2020 г. сплетни и слухи были единственной раздражающей привычкой, по которой существенно в оценках расходились мнения мужчин и женщин: представительниц слабого пола эта черта в коллегах раздражала чаще, чем мужчин (например, 7% мужчин против 17% женщин (2012), 5% мужчин против 9% женщин (2020)), но к 2022 г. этот фактор стал одинаково негативно восприниматься и мужчинами, и женщинами.

Важно указать и на связь слухов с другой раздражающей российских сотрудников привычкой коллег — курением. Иностранные компании давно выявили прямую связь между двумя главными стрессорами (слухами и курением) — поэтому в ряде организационных программ пытаются "убить двух зайцев сразу". Например, British American Tobacco много лет подбирает в штат некурящих сотрудников. Делается это не только ради того, чтобы сотрудники не тратили зря рабочее время или следования моде на здоровый образ жизни, а именно для системного искоренения слухов. По мнению компании, чем реже сотрудники курят, тем меньше сплетен и слухов.

Таким образом, пост-пандемийный эффект снижения негатива в отношении сплетен и слухов длился недолго, как отмечалось выше уже в 2022 г. для вернувшихся к традиционному оффлайному формату работы они начали выступать самыми раздражающими факторами. По сравнению с 2020 г. опрошенные стали спокойнее реагировать на хамство и опоздания соседей по офису, а также на лень и прокрастинацию удаленных работников. При этом сплетни и чаепития на рабочем месте стали вызывать больше раздражения.

В последние два года все чаще слухи и сплетни со стороны сослуживцев начинают восприниматься как один из основных факторов абьюзивного поведения, с ними сталкиваются в рабочих процессах 11% опрошенных российских работников. Поэтому слухи наряду с психологическим давлением (13%), публичной критикой и оскорблениями (13%) становятся инструментами системного психологического давления на работе, приводящего к стрессу, снижению продуктивности, падение самооценки у сотрудников и усиливающими процессы отчуждения в коллективе[30]. Так в 2025 г.

---

ofisu-rossiyan-bolshe-vsego-razdrazhayut-spletni/; https://www.superjob.ru/research/articles/112569/v-ofise-v-kollegah-bolshe-vsego-razdrazhaet-kurenie/; https://www.superjob.ru/research/articles/112176/bolshe-vsego-v-kollegah-razdrazhaet-kurenie/

[30] В условиях дефицита кадров россияне стали чаще винить руководство в абьюзе // SuperJob.ru. 2024. 24 окт. URL:https://www.superjob.ru/research/articles/114949/v-usloviyah-deficita-kadrov-rossiyane-stali-chasche-vinit-rukovodstvo-v-abyuze/ (дата обращения: 22.09.2025).

процент недовольных коллегами россиян вырос вдвое: главным источником стресса на работе 14% опрошенных назвали поведение коллег (в 2024 г. таких было 7%)[31]. В сослуживцах раздражает токсичность, склонность к сплетням, грубость, недоброжелательность, суетливость и проч. Даже отношение руководства и непрофессионализм команды раздражают и приводят к стрессу у россиян существенно реже, чем слухи и сплетни. Следует отметить, что ряд исследований показывает еще более высокий уровень неприятия слухов в организационной среде. Так, согласно исследованию Работу.ру в 2023 г. половина опрошенных (45%) отмечала, что больше всего в коллективе раздражают сплетни и слухи. Это нервировало чаще, чем привычки громко разговаривать по телефону (31%) и откладывать выполнение задач на последний момент (26%). При этом представителей старших поколений это раздражало гораздо больше, чем молодых: среди опрошенных в возрасте от 20 до 30 лет доля россиян негативно оценивающих слухи — 38%, а среди респондентов старше 50 лет — 44%[32].

Данные свидетельствуют об усилении деструктивного воздействия этого типа неформальной коммуникации на рабочие процессы и межличностные взаимодействия, но главное в отсутствие должного внимания со стороны организации к диагностике и при необходимости купировании ситуации становятся фактором, усиливающим и без того высокий уровень стресса в современных российских организациях: доля российских сотрудников, оценивающих свой стресс как сильный и очень сильный, увеличилась с 36% (2023) до 45% (2025), а почти треть отмечают, что стресс на работе они испытывают постоянно[33]. В этой связи слухи в отсутствии решения или контроля над ситуацией могут становиться устойчивым, долгосрочным фактором хронического стресса сотрудников, приводить к снижению продуктивности, выгоранию и потери вовлеченности. Важным позитивным драйвером изменения сложившейся ситуации, выступает то, что российские организации постепенно формулируют запрос к соискателям вакантных

---

[31] Стресс на работе // SuperJob.ru. 2025. 13–17 июля. URL: https://www.superjob.ru/pro/6505/ (дата обращения: 22.09.2025).

[32] Россияне рассказали, что их раздражает в коллегах // Работа.ру. 2023. Сент. URL: https://press.rabota.ru/rossiyane-rasskazali-chto-ikh-razdrazhaet-v-kollegakh (дата обращения: 12.09.2025).

[33] Новая стабильность: почему у россиян острый стресс сменился на хронический // Forbes. 2025.28.03. URL: https://www.forbes.ru/biznes/533702-novaa-stabil-nost-pocemu-u-rossian-ostryj-stress-smenilsa-na-hroniceskij (дата обращения: 12.09.2025).

мест и к действующим сотрудникам на конструктивную модель организационного поведения. В стоп-лист требований работодателей, не позволяющих войти в организацию или сохранить должность, а также существенно ограничивающих возможность карьерного продвижения, входят не только привычки курить в ущерб рабочим процессам (67,4%), регулярно опаздывать (45,6% работодателей негативно относятся к данной практике), но и распространять слухи и сплетни (38,7%)[34]. Положительно сработают и грамотно организованные информационные кампании с позитивными слухами. Исследования демонстрируют, что если слухи содержат позитивную информацию о рабочем процессе, организации, каких-то важных социальных явлениях, то это может укреплять сотрудничество и социальные связи в группах без необходимости в формальных механизмах наказания, способствовать более быстрой адаптации нового сотрудника, который через, казалось бы, пустые разговоры много понимает о внутренних процессах[35]. В целом слухи способны стать инструментом извлечения знания о социальном мире, наряду с развлечением и возможностью установить контакты с другим человеком.

Важно понимать, что бороться со слухами прямыми директивными методами неэффективно. Слухи нельзя просто запретить. Иллюстрацией неэффективности такого подхода является эксперимент муниципальных властей Филиппин. Муниципалитет города Биналонана в 2019 г. принял закон о запрете слухов и сплетен (“chismis”), таким образом муниципалитет хотел сэкономить ресурсы — из-за любви горожан к сплетням и слухам, которые преимущественно касались собственности, денег, супружеских измен, власти вынуждены были разрешать и урегулировать множество возникающих конфликтов[36]. В ходе эксперимента нарушителей ждали суровые санкции: при первом правонарушении штрафовали на 200 песо (около 4 долл.) и приговаривали к трем часам уборки городского мусора, при повторных нарушениях штраф в размере до 20 долл. и восемь часов общественных работ. Несмотря на

---

[34] Опоздания, сон на рабочем месте и сплетни: работодатели назвали главные привычки, которые мешают карьере // КоммерсантЪ. 2024.27.09. URL: https://www.kommersant.ru/doc/7195314 (дата обращения: 10.09.2025).

[35] *Jolly E., Chang L.J.* Gossip drives vicarious learning and facilitates social connection // Current Biology. 2021. Vol. 31. N 12. P. 2539–2549.

[36] *Ellis-Petersen H.* Have you heard about the Philippine mayor who banned gossip? // The Guardian. 2019.01.05. URL: https://www.theguardian.com/world/2019/may/01/have-you-heard-about-the-philippine-mayor-who-banned-gossip (дата обращения: 18.09.2025).

временное снижение частоты выявленных слухов и даже попытки распространить эксперимент еще на несколько ближайших муниципалитетов, эксперимент был свернут после того, как слухи были направлены на инициаторов закона. Многочисленные слухи и сплетни о главах и сотрудников муниципалитета (например, об их огромных доходах и возможности решить любые, в том числе материальные проблемы людей), распущенные недовольными горожанами, привели к росту массовых обращений жителей за материальной помощью и фактически коллапсу городского управления. Поэтому необходимо искать инновационные подходы к управлению слухами. С одной, стороны, современным организациям нужно научиться не бояться слухов, видеть в них те факты жизни, которые умалчиваются и не попадают в официальную коммуникацию, то, что составляет оборотную, закулисную сторону событий и фактов. Важно вовремя разглядеть за слухами растущую неуверенность сотрудников (именно она часто порождает необходимость поделиться с другими своей интерпретацией событий) и недостаточную организационную работу по выстраиванию эффективных обратных связей (информационные пробки в организационных каналах коммуникации являются катализаторами увеличения слухов). Современная методологическая и прикладная база изучения слухов, диагностики подобных коммуникаций дает широкие возможности и определения причин спонтанно возникающих слухов внутри организаций[37], и инструменты их дезавуирования, если они содержат негативную, разрушающую имидж, репутацию или систему взаимодействий информацию, так и пространство для создания и включения слухов в дополнение к существующей системе формальных коммуникаций. Цифровая трансформация управления человеческими ресурсами, появление новых технических возможностей как в генерации и распространении слухов, так и оценке их влияния на организационные процессы, создают базу для превращения слухов в позитивный ресурс, особенно в кризисных ситуациях, выступая основой для формирования коллективной резилиентности. Но реализовать этот позитивный потенциал можно только в условиях понимания ограничений, с упором на приоритет устойчивого управления такими неформальными коммуникациями, не для манипуляций, а с целью гармонизации рабочих процессов и улучшения социального благополучия сотрудников.

[37] *Sun T., Schilpzand P., Liu Y.* Workplace gossip: an integrative review of its antecedents, functions, and consequences // Journal of Organizational Behavior. 2023. Vol. 44. N 2. P. 311–334.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

В условиях дефицита кадров россияне стали чаще винить руководство в абьюзе // SuperJob.ru. 2024. 24 окт. URL: https://www.superjob.ru/research/articles/114949/v-usloviyah-deficita-kadrov-rossiyane-stali-chasche-vinit-rukovodstvo-v-abyuze/ (дата обращения: 22.09.2025).

Горбатов Д.С Функции слухов в социальной среде // Ученые записки СПбГИПСР. 2014. Вып. 1. Т. 21. С. 17–22.

Горбатов Д.С. Психология слухов и сплетен: Монография. СПб., 2012.

Горбатов Д.С., Большаков С.Н. Слухи в зарубежной социологии и социальной психологии: теоретические подходы // Социологические исследования. 2015. № 7. С. 98–107.

Гофман И. Представление себя другим в повседневной жизни. М., 2000.

Дорцева Е.В. Особенности пропагандистского воздействия на современную российскую молодёжь в цифровой среде // Социология. 2024. № 2.

Елишев С.О. Социальное манипулирование молодёжью. М., 2018.

Елишев С.О. Спецслужбы иностранных государств, международные организации и СМИ, поддерживаемые ими, как субъекты манипулятивного воздействия на молодёжь // Вестник Московского университета. Серия 18. Социология и политология. 2018. Т. 24. № 3. С. 121–132.

Елишев С.О. Средства методы и технологии манипулятивного воздействия на современную молодежь // Представительная власть — XXI век: законодательство, комментарии, проблемы. 2019. № 7–8 (174–175). С. 31–43.

Караяни А.И. Слухи как средство информационно-психологического противодействия // Психологический журнал. 2003. № 6.

Луман Н. Реальность массмедиа. М., 2005.

Новая стабильность: почему у россиян острый стресс сменился на хронический // Forbes.. 2025.28.03. URL: https://www.forbes.ru/biznes/533702-novaa-stabil-nost-pocemu-u-rossian-ostryj-stress-smenilsa-na-hroniceskij (дата обращения: 12.09.2025).

Опоздания, сон на рабочем месте и сплетни: работодатели назвали главные привычки, которые мешают карьере // КоммерсантЪ. 2024.27.09. URL: https://www.kommersant.ru/doc/7195314 (дата обращения: 10.09.2025).

Россияне рассказали, что их раздражает в коллегах // Работа.ру. 2023. Сент. URL: https://press.rabota.ru/rossiyane-rasskazali-chto-ikh-razdrazhaet-v-kollegakh (дата обращения: 12.09.2025).

Смелзер Н. Социология. М., 1994.

Стресс на работе // SuperJob.ru. 2025. 13–17 июля. URL: https://www.superjob.ru/pro/6505/ (дата обращения: 22.09.2025).

Томпсон К. Рецепты корпоративной культуры. Как изменить привычное поведение. М., 2005.

REFERENCES

Allport G.W., Postman L. The basic of psychology of rumor. N.Y., 1945. S. II. Vol. 8.

Balliet D., Wu J., Van Lange P.A.M. Indirect reciprocity, gossip, and reputation-based cooperation. N.Y., 2020.

Baumeister R.F., Liqing Z. Gossip as cultural learning // Review of General Psychology. 2004. Vol. 8. N 2. P. 111–121. DOI: 0.1037/1089-2680.8.2.111

Dortseva E.V. Osobennosti propagandistskogo vozdeistviya na sovremennuyu rossiiskuyu molodezh' v tsifrovoi srede [Features of propaganda influence on modern Russian youth in the digital environment] // Sotsiologiya. 2024. N 2 (in Russian).

Dunbar R.I. Gossip in evolutionary perspective // Review of General Psychology. 2004. Vol. 8. N 2. P. 100–110. DOI: 10.1037/1089-2680.8.2.100

Elishev S.O. Sotsial'noe manipulirovanie molodezh'yu [Social manipulation of youth]. M., 2018 (in Russian).

Elishev S.O. Spetssluzhby inostrannykh gosudarstv, mezhdunarodnye organizatsii i SMI, podderzhivaemye imi, kak sub"ekty manipulyativnogo vozdeistviya na molodezh' [Special services of foreign states, international organizations and media supported by them as subjects of manipulative influence on youth] // Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 18. Sotsiologiya i politologiya. 2018. T. 24. N 3. P. 121–132 (in Russian).

Elishev S.O. Sredstva, metody i tekhnologii manipulyativnogo vozdeistviya na sovremennuyu molodezh' [Means, methods and technologies of manipulative influence on modern youth] // Predstavitel'naya vlast' — XXI vek: zakonodatel'stvo, kommentarii, problemy. 2019. N 7–8 (174–175). P. 31–43 (in Russian).

Ellis-Petersen H. Have you heard about the Philippine mayor who banned gossip? // The Guardian. 2019.01.05. URL: https://www.theguardian.com/world/2019/may/01/have-you-heard-about-the-philippine-mayor-who-banned-gossip (accessed: 18.09.2025).

Feinberg M., Willer R., Schultz M. Gossip and ostracism promote cooperation in groups // Psychological science. 2014. Vol. 25. N 3. P. 656–664.

Goffman I. Predstavlenie sebya drugim v povsednevnoi zhizni [The Presentation of Self in Everyday Life]. M., 2000 (in Russian).

Gorbatov D.S. Funktsii slukhov v sotsial'noi srede [Functions of rumors in the social environment] // Uchenye zapiski SPbGIPSR. 2014. Vyp. 1. T. 21. P. 17–22 (in Russian).

Gorbatov D.S. Psikhologiya slukhov i spletni: monografiya [Psychology of rumors and gossip: monograph]. SPb., 2012 (in Russian).

Gorbatov D.S., Bol'shakov S.N. Slukhi v zarubezhnoi sotsiologii i sotsial'noi psikhologii: teoreticheskie podkhody [Rumors in foreign sociology and social psychology: theoretical approaches] // Sotsiologicheskie issledovaniya. 2015. N 7. P. 98–107 (in Russian).

Jolly E., Chang L.J. Gossip drives vicarious learning and facilitates social connection // Current Biology. 2021. Vol. 31. N 12. P. 2539–2549.

Karayani A.I. Slukhi kak sredstvo informatsionno-psikhologicheskogo protivodeistviya [Rumors as a means of information-psychological counteraction] // Psikhologicheskii zhurnal. 2003. N 6 (in Russian).

Kimmel A.J. Rumors and rum or control: a manager's guide to understanding and combatting rumors. N.Y., 2012.

Luhmann N. Real'nost' massmedia [The Reality of the Mass Media]. M., 2005 (in Russian).

Medeiros B., Singh P. Addressing misinformation on WhatsApp in India through intermediary liability policy, platform design modification, and media literacy // Journal of Information Policy. 2020. T. 10. P. 276–298.

Miller D.E. Rumor: an examination of some stereotypes // Symbolic Interaction. 2005. Vol. 28. N 4.

Mullen P.B. Modern legend and rumor theory // Journal of the Folklore Institute. 1972. Aug.–Dec. Vol. 9. N 2–3. P. 95–109.

Novaya stabil'nost': pochemu u rossiyan ostryi stress smenilsya na khronicheskii [New stability: why Russians' acute stress turned into chronic] // Forbes. 2025.28.03. URL: https://www.forbes.ru/biznes/533702-novaa-stabil-nost-pocemu-u-rossian-ostryj-stress-smenilsa-na-hroniceskij (accessed: 12.09.2025) (in Russian).

Opozdayaniya, son na rabochem meste i spletni: rabotodateli nazvali glavnye privycki, kotorye meshayut kar'ere [Lateness, sleeping at work and gossip: employers named the main habits that hinder career] // Kommersant'. 2024.27.09. URL: https://www.kommersant.ru/doc/7195314 (accessed: 10.09.2025) (in Russian).

Robbins M.L., Karan A. Who gossips and how in everyday life? // Social Psychological and Personality Science. 2020. Vol. 11(2). P. 185–195. DOI: https://doi.org/10.1177/1948550619837000

Rossiyane rasskazali, chto ikh razdrazhaet v kollegakh [Russians told what annoys them about colleagues] // Rabota.ru. September 2023. URL: https://press.rabota.ru/rossiyane-rasskazali-chto-ikh-razdrazhaet-v-kollegakh (accessed: 12.09.2025) (in Russian).

Shibutani T. Improvised news: a sociological study of rumor. Indianapolis, 1966.

Smelser N. Sotsiologiya [Sociology]. M., 1994 (in Russian).

Sommerfeld R.D. et al. Gossip as an alternative for direct observation in games of indirect reciprocity // Proceedings of the National Academy of Sciences. 2007. Vol. 104. N 44. P. 17435–17440.

Stress na rabote [Stress at work] // SuperJob.ru. 2025.13–17.07. URL: https://www.superjob.ru/pro/6505/ (accessed: 22.09.2025) (in Russian).

Sun T., Schilpzand P., Liu Y. Workplace gossip: an integrative review of its antecedents, functions, and consequences // Journal of Organizational Behavior. 2023. Vol. 44.

Tompson K. Retsepty korporativnoi kul'tury. Kak izmenit' privychnoe povedenie [Recipes for corporate culture. How to change habitual behavior]. M., 2005 (in Russian).

V usloviyakh defitsita kadrov rossiyane stali chashche vinit' rukovodstvo v ab'yuze [In conditions of personnel shortage, Russians more often blame management for abuse] // SuperJob.ru. 2024.24.10. URL: https://www.superjob.ru/research/articles/114949/v-usloviyah-deficita-kadrov-rossiyane-stali-chasche-vinit-rukovodstvo-v-abyuze/ (accessed: 22.09.2025) (in Russian).