

Povezanost sklonosti ogovaranju sa socijalnom i moralnom dimenzijom stavova prema ogovaranju

Klisović, Petra

Undergraduate thesis / Završni rad

2024

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Zadar / Sveučilište u Zadru**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:162:663508>

Rights / Prava: [In copyright](#) / [Zaštićeno autorskim pravom.](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2024-11-17**



Sveučilište u Zadru
Universitas Studiorum
Jadertina | 1396 | 2002 |

Repository / Repozitorij:

[University of Zadar Institutional Repository](#)



Sveučilište u Zadru
Odjel za psihologiju
Sveučilišni prijediplomski studij
Psihologija

Petra Klisović

Povezanost sklonosti ogovaranju sa socijalnom i moralnom
dimenzijom stavova prema ogovaranju

Završni rad

Zadar, 2024.

Sveučilište u Zadru
Odjel za psihologiju
Sveučilišni prijediplomski studij
Psihologija

Povezanost sklonosti ogovaranju sa socijalnom i moralnom dimenzijom
stavova prema ogovaranju

Završni rad

Student/ica:
Petra Klisović

Mentor/ica:
izv. prof. dr. sc. Vera Čubela Adorić

Zadar, 2024.



Izjava o akademskoj čestitosti

Ja, **Petra Klisović**, ovime izjavljujem da je moj **završni** rad pod naslovom **Povezanost sklonosti ogovaranju sa socijalnom i moralnom dimenzijom stavova prema ogovaranju** rezultat mojega vlastitog rada, da se temelji na mojim istraživanjima te da se oslanja na izvore i radove navedene u bilješkama i popisu literature. Ni jedan dio mojega rada nije napisan na nedopušten način, odnosno nije prepisan iz necitiranih radova i ne krši bilo čija autorska prava.

Izjavljujem da ni jedan dio ovoga rada nije iskorišten u kojem drugom radu pri bilo kojoj drugoj visokoškolskoj, znanstvenoj, obrazovnoj ili inoj ustanovi.

Sadržaj mojega rada u potpunosti odgovara sadržaju obranjenoga i nakon obrane uređenoga rada.

Zadar, 10. rujna 2024.

Sadržaj

Sažetak.....	1
Abstract.....	2
1. Uvod.....	3
1. 1 Ogovaranje.....	3
1. 2 Funkcije ogovaranja.....	3
1. 3 Sklonost ogovaranju	4
1. 4 Stavovi prema ogovaranju	5
2. Cilj, problemi i hipoteze.....	8
2. 1 Cilj:.....	8
2. 2 Problemi:	8
2. 3 Hipoteze:	8
3. Metoda.....	9
3. 1 Sudionici.....	9
3. 2 Mjerni instrumenti	9
3. 3 Postupak	11
4. Rezultati	11
5. Rasprava.....	16
5. 1 Odnos stavova prema ogovaranju i sklonosti ogovaranju	16
5. 2 Spolne razlike u stavovima prema ogovaranju	18
5. 3 Spolne razlike u sklonosti ogovaranju	18
5. 4 Završna razmatranja.....	21
6. Zaključci.....	22
7. Literatura	23

Povezanost sklonosti ogovaranju sa socijalnom i moralnom dimenzijom stavova prema ogovaranju

Sažetak

Kao sastavni dio ljudskog funkcioniranja, ogovaranje igra veliku ulogu u interpersonalnim odnosima, ono je inteligentna radnja, složen i sofisticiran alat prilagodbe životu u zajednici, te čini velik dio svakodnevne komunikacije. Definira se kao neformalni i evaluativni razgovor dvije osobe kojim se razmjenjuju (osobne) informacije (pozitivne ili negativne, provjerene ili neprovjerene) o odsutnoj trećoj osobi. U fokusu istraživanja u ovom području su dva konstrukta: sklonost ogovaranju i stavovi prema ogovaranju. Glavni cilj ovog istraživanja bio je ispitati odnose stavova prema ogovaranju i sklonosti ogovaranju, uključujući njihove pojedine dimenzije, kao i razlike između muškaraca i žena na uzorku studenata iz RH. U istraživanju je sudjelovala 141 osoba, od kojih su 98 žene i 43 muškarci, a provelo se putem *online* obrasca. U istraživanju su korištena dva instrumenta: Skala stavova prema ogovaranju i Upitnik sklonosti ogovaranju. Dobiveni rezultati pokazali su značajnu pozitivnu povezanost između povoljnih stavova prema ogovaranju i sklonosti ogovaranju. Nije utvrđena statistički značajna razlika u rezultatima između žena i muškaraca na Skali stavova prema ogovaranju niti na Subskali socijalnog vrednovanja, ali je utvrđena značajna razlika na Subskali moralnog vrednovanja, pri čemu muškarci u prosjeku imaju veće rezultate, odnosno manje su skloni negativnom moralnom vrednovanju ogovaranja nego žene. Utvrđena je statistički značajna razlika na Upitniku sklonosti ogovaranju, kao i na skalama informacija o drugima, fizičkog izgleda i sublimiranog ogovaranja, pri čemu u svim slučajevima žene u prosjeku imaju veće rezultate. Na Skali ogovaranja u domeni postignuća i na čestici koja mjeri tzv. pasivno ogovaranje nije utvrđena značajna razlika u prosječnim rezultatima muških i ženskih sudionika.

Ključne riječi: ogovaranje, stavovi prema ogovaranju, sklonost ogovaranju, spolne razlike

The Relationship Between the Tendency to Gossip and the Social and Moral Dimensions of Attitudes Towards Gossip

Abstract

As an integral part of human functioning, gossip plays a significant role in interpersonal relationships. It is an intelligent activity, a complex and sophisticated tool for adapting to life in the community, and constitutes a large portion of everyday communication. Gossip is defined as an informal and evaluative conversation between two parties in which (personal) information (positive or negative, verified or unverified) about an absent third party is exchanged. The focus of studies conducted in this area is on two constructs: tendency to gossip and attitudes towards gossip. The main aim of this study was to examine the relationship between attitudes towards gossip and the tendency to gossip, including their individual dimensions, as well as the differences between men and women, in a sample of students from Croatia. A total of 141 individuals participated in the study, of which 98 were women and 43 were men, and it was conducted via an online form. Two instruments were used in the study: the Attitudes Towards Gossip Scale and the Tendency to Gossip Questionnaire. The results showed a significant positive correlation between attitudes towards gossip and the tendency to gossip, as well as between all of their (sub)scales. No statistically significant difference was found in results on the Attitudes Towards Gossip Scale between women and men, nor in the Social Value Subscale, but a significant difference was found in the Moral Value Subscale, with men generally scoring higher. A statistically significant difference was found in the Tendency to Gossip Scale, as well as in the scales of Social Information, Physical Appearance and Sublimated Gossip, with women generally scoring higher in all cases. No statistically significant difference was found in the results of the Achievement Scale, nor in the item which measures so-called passive gossip.

Keywords: gossip, attitudes towards gossip, tendency to gossip, sex differences

1. Uvod

1. 1. Ogovaranje

Kao sastavni dio ljudskog funkcioniranja, ogovaranje igra veliku ulogu u interpersonalnim odnosima, uključujući prilagodbu grupnom životu i očuvanju reputacije pojedinca. Ogovaranje nije samo besmisleni razgovor o drugima, ono može igrati važnu ulogu u oblikovanju društvenih odnosa i normi (Foster, 2004). Vrijedan je dio komunikacije, a može biti i neizbježno. Svi su se sigurno barem jednom našli u situaciji da sudjeluju u ogovaranju, bilo slušajući, dijeleći informacije, ili kao tema razgovora. Dakle, ogovaranje je široko rasprostranjeno; istraživanja pokazuju da čini čak dvije trećine svih razgovora (Dunbar, 2004).

Što to točno definira ogovaranje nešto je oko čega autori već dugo raspravljaju, pa je tako Besnier (1989) naveo kako je sami razgovor o osobama koje nisu prisutne dovoljan da bi bio označen kao ogovaranje, dok se prema Medini i Rosenberg (1976) i dijeljenje nečega o sebi, primjerice prilikom psihoterapije, može nazvati ogovaranjem. Iako se definicije u većine autora razlikuju, ipak se preklapaju u opisivanju ogovaranja kao neformalnog i evaluativnog razgovora dvije osobe kojim se razmjenjuju (osobne) informacije (pozitivne ili negativne, provjerene ili neprovjerene) o odsutnoj trećoj osobi (Dores Cruz i sur., 2021; Eder i Enke, 1991; Foster, 2004; Litman i Pezzo, 2005; Wert i Salovey, 2004).

1. 2. Funkcije ogovaranja

Pojam ogovaranja često prati negativna konotacija, iako ton samog razgovora može varirati od laskanja do zlonamjernog (Wert i Salovey, 2004). Dok neki autori naglašavaju upravo negativne aspekte ogovaranja, nazivajući ga zlokobnim i opasnim, kakvim se i može pokazati (Michelson i sur., 2010), drugi se usredotočuju na upravo suprotno – pozitivne i korisne strane ogovaranja, poput zbližavanja ljudi, zabave i dijeljenja informacija, koje se pokazalo najčešćim motivom za ogovaranje (Ben-Ze'ev, 1994; Hartung i sur., 2019). Upravo ove funkcije ogovaranja objašnjavaju zašto je ono tako česta pojava u svakodnevnom životu, ali i zašto izaziva različita mišljenja. Još neke od funkcija su uspostavljanje moći i utjecaja, socijalne usporedbe i samoevaluacija, zaštita i promoviranje reputacije, uvođenje granica i kontrola zajednice, te ogovaranje kao obrambeni mehanizam i način rasterećivanja misli (Foster, 2004; Martinescu, i sur., 2014; Nevo i sur., 1993; Wert i Salovey, 2004).

1. 3. Sklonost ogovaranju

Kad se govori o različitim načinima na koje se ogovaranje svakodnevno koristi, može se zaključiti da se motivacija, količina i sadržaj ogovaranja razlikuju od pojedinca do pojedinca, situacije do situacije, i od kulture do kulture (Dunbar, 2004). Uzimajući u obzir ove razlike, u svrhu njihova pobližeg ispitivanja Nevo i suradnici su 1993. odlučili konstruirati Upitnik sklonosti ogovaranju koji ispituje sklonost ogovaranju u domenama fizičkog izgleda, postignuća, informacija o drugima te sublimiranog ogovaranja, koje se odnosi na ogovaranje na suptilni, socijalno prihvatljivi način, poput čitanja objava o slavnim ljudima.

Jedan od faktora povezanih s razlikama u sklonosti ogovaranju je područje zanimanja. Utvrđeno je da osobe koje preferiraju struke orijentirane na rad s ljudima iskazuju veću sklonost ogovaranju (Nevo i sur., 1993). Naime, težnje, sklonosti i interesi za određenu profesiju mogu se objasniti istim motivima koji objašnjavaju ogovaranje. Ovi motivi su utemeljeni na potrebama za moći, statusom, pripadnošću, usporedbom i znatiželjom (Nevo i sur., 1993).

Sklonost ogovaranju u različitim je odnosima i s različitim osobinama ličnosti. Naime, istraživanja koja su koristila ovaj upitnik također pokazuju negativnu povezanost ogovaranja i potrebe za socijalnim odobravanjem, te pozitivnu povezanost s ekstraverzijom (Nevo i sur., 1993; Robbins i Karan, 2019). Watson (2022) je ispitao odnos sklonosti ogovaranju i HEXACO modela ličnosti, te je utvrdio da poniznost ima najveću negativnu povezanost sa sklonosti ogovaranju, uz izbjegavanje pohlepe, iskrenost i skromnost.

Robbins i Karan (2019) su utvrdili da je ton ogovaranja najčešće neutralan, dok su mlađe osobe više sklone negativno ogovarati nego stariji ljudi.

Nevo i suradnici (1993) su na temelju podataka koje su prikupili Upitnikom sklonosti ogovaranju zaključili da žene ogovaraju više od muškaraca, ali samo u jednom području: fizički izgled. U skalama informacija o drugima, postignuća i sublimiranog ogovaranja nije bilo razlike između žena i muškaraca u samoiskazanom ogovaranju. Autori navode da je razlika između muškaraca i žena u domeni fizičkog izgleda bila mala i stoga potencijalno rezultat socijalnog pritiska na muškarce da podcjenjuju svoju sklonost ogovaranju. Naime, da su čestice sadržavale teme poput sporta, muškarci bi možda iskazali veće sklonosti ogovaranju. Prema Eckhaus i Ben-Hador (2017), žene i muškarci količinski jednako ogovaraju, ali razlike su utvrđene u predmetu ogovaranja - žene više ogovaraju o drugima i fizičkom izgledu od muškaraca. Žene su u istraživanju Davisa i suradnika (2018) također

pokazale veću sklonost ogovaranju fizičkog izgleda drugih u usporedbi s muškarcima, dok se za muškarce pokazalo da više ogovaraju o postignućima drugih.

Moguće objašnjenje za ovakve razlike nudi evolucijska teorija, prema kojoj žene izražavaju preferencije za neke osobine muškaraca koje upućuju na sposobnost stjecanja i održavanja resursa (npr. ambicija), a suprotno tome, pretpostavlja se da muškarci kod žena vrednuju pokazatelje reprodukcije i plodnosti, kao što je i fizička privlačnost. Ovo bi značilo da žene i muškarci imaju sklonost spominjanja tih tema u svrhu samopromicanja, odnosno intraseksualnog nadmetanja (Davis i sur., 2018).

Manje je istraživanja koja su se bavila razlikom muškaraca i žena u sklonosti sublimiranom ogovaranju, no u onom koje su proveli Nevo i suradnici (1993) nije utvrđena statistički značajna razlika. Sublimirano ogovaranje podrazumijeva situacije koje su prihvaćene su od strane društva i ne smatraju se ogovaranjem, već običnim razgovorom (Kiral i Durdu, 2021). Općenito, odnosi se na ponašanja poput čitanja tabloida ili razgovora o odnosima muškaraca i žena, a prema Kelam (2018) pod sublimirano ogovaranje ubraja se čak i iznošenje informacija o drugim osobama u savjetovanju i psihoterapiji, jer te situacije dopuštaju pojedincu da ogovara na socijalno prihvatljiv način.

Prema meta-analizi Christov-Moore i suradnika iz 2014. godine, žene dosljedno imaju veće rezultate u mjerama empatije u različitim kulturama i kontekstima, što bi mogla biti posljedica bioloških čimbenika (kao što su hormonski utjecaji) i socijalnih čimbenika (kao što su rodne uloge). Iz ovog razloga, moguće je da se sublimirano ogovaranje češće javlja u ženskim razgovorima, gdje je ogovaranje predstavljeno kao zabrinutost, savjet ili empatija, što ga čini socijalno prihvatljivim.

Dakle, može se zaključiti da postoje značajne interindividualne razlike u sklonosti ogovaranju, a i funkcije ogovaranja, kao što je već spomenuto, su mnogobrojne, što dovodi do različitih mišljenja o ogovaranju. Upitnik sklonosti ogovaranju ispituje sklonost ogovaranju (tj. ponašanje), ali ne ispituje stavove i mišljenja ljudi o istome (Litman i Pezzo, 2005).

1. 4. Stavovi prema ogovaranju

Zbog potencijala ogovaranja da izazove ozbiljne štetne posljedice, na ogovaranje se dugo gleda kao na moralno upitnu aktivnost (Litman i Pezzo, 2005). Dok se ogovaranje javno osuđuje, zbog njegove korisne uloge u druženju, informiranju i zabavi, postavlja se pitanje postoje li individualne razlike u stavovima ljudi o ogovaranju (Litman i Pezzo, 2005).

Upravo iz ovih razloga Litman i Pezzo su 2005. konstruirali Skalu stavova prema ogovaranju koja se sastoji od dvije subskale koje ispituju različite, ali povezane dimenzije stavova: stavovi o socijalnoj vrijednosti (SV) ogovaranja i stavovi o moralnoj vrijednosti (MV) ogovaranja. Socijalna dimenzija odnosi se na percepciju ogovaranja kao korisnog ili zabavnog načina za širenje informacija o drugima, dok moralna uključuje propitkivanje ispravnosti ogovaranja, kao i mogućih lažnih informacija (Litman i Pezzo, 2005). Rezultati na ovoj skali i objema njezinim subskalama u pozitivnoj su korelaciji s rezultatima na Upitniku sklonosti ogovaranju (Litman i Pezzo, 2005).

U skladu s mišljenjem da se ogovaranje općenito smatra društveno neprihvatljivim, pozitivni stavovi o ogovaranju su u negativnoj korelaciji s potrebama za socijalnim odobravanjem (Litman i Pezzo, 2005). Prilikom adaptiranja ove skale za potrebe kineskih istraživanja, Litman i suradnici (2009) utvrdili su da je subskala SV pozitivno povezana s tendencijama dodvoravanja, što je u skladu s gledištem da su pojedinci koji prepoznaju socijalnu vrijednost ogovaranja vješti u svojim interakcijama s drugima. S druge strane, subskala MV je bila negativno povezana s tendencijom dodvoravanja. (Litman i sur., 2009). Obje dimenzije stavova prema ogovaranju u ovom su istraživanju bile negativno povezane s percepcijom korištenja socijalnog kapitala od strane kolega. Ovi nalazi sugeriraju da su osobe s pozitivnim stavovima o ogovaranju skloni vjerovati da su njihovi kolege manje vješti u ophođenju s ljudima, odnosno vjerovati da imaju prednost u međuljudskim odnosima nad svojim kolegama (Litman i sur., 2009).

U istraživanju Litmana i Pezza iz 2005. utvrđene su značajne spolne razlike u rezultatima na Skali stavova koje pokazuju da muškarci iskazuju općenito pozitivnije stavove prema ogovaranju nego žene, uključujući i pozitivnije socijalno i moralno vrednovanje ogovaranja. Ovi rezultati sugeriraju da je vjerojatnije da će muškarci koristiti ogovaranje u svoju korist i da će manje sumnjati u valjanost informacija koje se prenose. Međutim, ove razlike, iako utvrđene, nisu imale dosljedan trend i uvijek su bile male veličine (Litman i Pezzo, 2005). Suprotno njihovim nalazima, Davis i suradnici (2018) utvrdili su značajnu spolnu razliku za socijalnu vrijednost ogovaranja, pri čemu su žene izrazile pozitivnije stavove o socijalnoj vrijednosti ogovaranja u odnosu na muškarce. Međutim, nije utvrđena značajna spolna razlika za moralnu vrijednost ogovaranja. Oni su ove rezultate također objasnili evolucijskom teorijom pronalaženja partnera; žene cijene i uživaju u ogovaranju više od muškaraca jer je to primarni način na koji se žene natječu za partnera. Socijalna vrijednost ogovaranja također je povezana s namjerama prenošenja zlonamjernog ogovaranja (Litman

i Pezzo 2005), što podupire evolucijsko razmišljanje da žene možda više odobravaju socijalnu vrijednost ogovaranja tako da se te informacije mogu koristiti za kasnije omalovažavanje konkurencije. U radu Turkalj (2022), djelomično sukladno sa nalazima Litmana i Pezza (2005), utvrđeno je da muškarci iskazuju povoljniji stav na dimenziji moralnog vrednovanja ogovaranja, dok u socijalnoj dimenziji nije utvrđena razlika između muškaraca i žena. Dakle, nalazi o spolnim razlikama u stavovima prema ogovaranju nisu konzistentni.

Iz svega navedenog, vidljivo je kako veliku ulogu ogovaranje igra u socijalnim odnosima čovjeka. Kako čini veliku većinu svakodnevnih razgovora, jasno je zašto znanstvenici pokazuju interes za ogovaranje. Naime, kako bi se saznalo što više o ogovaranju, potrebno je ispitati ponašanje ljudi, ali i njihova mišljenja o ogovaranju, što je moguće koristeći navedene dvije skale. Litman i Pezzo (2005) utvrdili su da rezultati na Skali stavova prema ogovaranju i Upitniku sklonosti ogovaranju međusobno pozitivno koreliraju, što upućuje na to da osobe koje iskazuju pozitivnije stavove prema ogovaranju imaju i veću sklonost ogovaranju. Rezultati istraživanja Litmana i Pezza općenito podržavaju pretpostavljenu razliku između konstrukata koje ispituju ove dvije skale; Skala stavova ispituje misli i osjećaje povezane s načinom na koji se ogovaranje tumači, dok Skala sklonosti ogovaranju prvenstveno mjeri sklonost sudjelovanja u ogovaranju kao ponašanje i u interakciji s drugima. Bilo bi korisno još jednom ispitati povezanost ova dva konstrukta, kao i moguće spolne razlike, budući da su prethodni nalazi nekonzistentni, a pogrešna stereotipna vjerovanja o načinu na koji muškarci i žene sudjeluju u ogovaranju mogu biti opasna i štetna.

2. Cilj, problemi i hipoteze

2. 1. Cilj:

Osnovni cilj ovog istraživanja bio je ispitati odnose između stavova prema ogovaranju i sklonosti ogovaranju, uključujući njihove pojedine dimenzije, te utvrditi postoje li razlike u ovim stavovima i sklonosti ogovaranju između studenata i studentica iz RH.

2. 2. Problemi:

- 1) Ispitati povezanost između stavova prema ogovaranju (uključujući dimenzije socijalnog i moralnog vrednovanja) i sklonosti ogovaranju (općenito i u različitim domenama).
- 2) Ispitati razliku između muškaraca i žena u stavovima prema ogovaranju, uključujući dimenzije socijalnog i moralnog vrednovanja ogovaranja.
- 3) Ispitati razliku između muškaraca i žena u sklonosti ogovaranju općenito, kao i u specifičnim domenama (informacije o drugima, fizički izgled, postignuća te sublimirano ogovaranje).

2. 3. Hipoteze:

- 1) Očekuje se pozitivna povezanost stavova prema ogovaranju i sklonosti ogovaranju, kao i između rezultata na njihovim sub/skalama, odnosno da će sudionici koji imaju pozitivniji stav (općenito, kao i na dimenzijama socijalnog i moralnog vrednovanja) biti skloniji ogovaranju općenito i u specifičnim domenama.
- 2) Očekuje se da će, u usporedbi sa ženama, muškarci iskazati pozitivniji stav prema ogovaranju općenito, kao i na dimenzijama socijalnog i moralnog vrednovanja ogovaranja.
- 3) Očekuje se da će žene iskazati veću generalnu sklonost ogovaranju od muškaraca, kao i u domenama informacija o drugima, fizičkog izgleda i sublimiranog ogovaranja, ali da će muškarci iskazati veću sklonost ogovaranju o postignućima.

3. Metoda

3. 1. Sudionici

U istraživanju je sudjelovala 141 osoba, od kojih su 98 žene i 43 muškarci. Upitniku su prvotno pristupile ukupno 143 osobe, ali podaci dvoje ispitanika nisu uključeni u provedene analize jer su prilikom popunjavanja upitnika označili da trenutno nisu studenti u RH, što je bio preduvjet za sudjelovanje.

3. 2. Mjerni instrumenti

U istraživanju su korištena dva mjerna instrumenta: Skala stavova prema ogovaranju i Upitnik sklonosti ogovaranju. Uz navedene, prikupljeni su i podaci o spolu te studentskom statusu ispitanika, odnosno potvrda da su trenutno studenti u RH.

Skala stavova prema ogovaranju (Attitudes Towards Gossiping Scale, Litman i Pezzo, 2005; adaptirale Turkalj i Ćubela Adorić, 2021, prema Turkalj, 2022)

Ova skala se sastoji od 12 čestica koje čine dvije subskale sa po 6 čestica koje se odnose na socijalno (npr. „Zabavno je pričati o drugim ljudima“) i moralno (npr. „Pogrešno je pričati o drugima kada oni nisu prisutni“) vrednovanje ogovaranja. Prilikom popunjavanja skale, sudionici procjenjuju stupanj svog slaganja s pojedinim tvrdnjama na skali od 5 stupnjeva na kojoj 1 znači "uopće se ne slažem", a 5 „u potpunosti se slažem“. Čestice na Subskali moralnog vrednovanja koje su formulirane tako da izražavaju negativno vrednovanje ogovaranja treba, prije izračuna ukupnog rezultata, obrnuto bodovati, tako da veći rezultat na ovoj subskali i cijeloj skali upućuje na povoljniji stav prema ogovaranju. Ukupan rezultat na ovoj skali određen je prosječnom vrijednosti procjena na pojedinim česticama, tako da je teoretski raspon odgovora 1-5. U ovom istraživanju, nakon rekoridanja čestica koje to zahtijevaju, Skala pokazuje zadovoljavajuću unutarnju konzistenciju (Cronbach $\alpha = .87$). Isto vrijedi i za subskale socijalnog ($\alpha = .85$) i moralnog ($\alpha = .77$) vrednovanja ogovaranja.

Upitnik sklonosti ogovaranju (Tendency to Gossip Questionnaire, Nevo i sur., 1993; adaptirale Ćubela Adorić i Klisović, 2023)

Za potrebe istraživanja ovaj je upitnik preveden s engleskog na hrvatski jezik u sklopu kolegija Psihologijski praktikum 1. Upitnik se sastoji od 20 čestica koje ispituju sklonost ogovaranju u različitim domenama, a zadatak ispitanika je da na skali od 1 (nikad) do 7 (uvijek) procijeni koliko se često angažira u svakom od navedenih ponašanja. Ukupni

rezultat na upitniku određen je zbrojem procjena na pojedinim česticama, a veći rezultat upućuje na veću sklonost ogovaranju. Na temelju rezultata faktorske analize podataka iz izvorne primjene ovog upitnika u uzorku od 120 studenata iz Izraela Nevo i suradnici (1993) su, uz ukupni rezultat na Upitniku, koristili i rezultate na četirima skalama koje definiraju čestice koje se odnose na fizički izgled (3 čestice, npr. „*Razgovaram s prijateljima o tuđoj odjeći*“), postignuća (6 čestica, npr. „*Razgovaram s prijateljima o ocjenama i postignućima drugih*“), informacije o drugima (5 čestica, npr. „*Mogu dati zanimljive informacije kad se razgovara o drugima*“) i sublimirano ogovaranje (5 čestica, npr. „*Razgovaram s prijateljima o odnosima između muškaraca i žena*“). Jedna čestica (br. 4: „*Radije slušam razgovore o drugima nego da sudjelujem u njima.*“) nije imala značajna zasićenja ni na jednim od ovih faktora, pa nije korištena u daljim analizama. Autori su predložili da se konačna odluka o njezinom daljem korištenju, kao i latentna struktura ovog upitnika, dodatno provjere u narednim primjenama, te da se opisana solucija ne tretira kao konačna. U skladu s tim, u faktorskoj analizi podataka koji su prikupljeni u ovdje prikazanom istraživanju dobivena je solucija sa četiri interpretabilna faktora koji se uglavnom podudaraju s faktorima koje su identificirali Nevo i suradnici (1993), ali uz neka odstupanja. Npr. čestica br. 20 („*Sklon/a sam ogovaranju*“), koja je u istraživanju s izraelskim studentima definirala faktor fizičkog izgleda, u analizi naših podataka definirala je faktor informacija o drugima. Već spomenuta čestica br. 4 ni u ovoj primjeni nije imala značajna zasićenja na izlučenim faktorima. Sukladno rezultatima ove analize, podaci koji se odnose na tu česticu (kao pokazatelj pasivnog ogovaranja) u daljim su analizama tretirani odvojeno od ostalih rezultata na ovom upitniku, a pojedine skale definirane su kako slijedi: informacije o drugima (5 čestica, npr. „*Mogu dati zanimljive informacije kad se razgovara o drugima*“), fizički izgled (3 čestice, npr. „*Razgovaram s prijateljima o tuđoj odjeći*“), postignuća (6 čestica, npr. „*Razgovaram s prijateljima o ocjenama i postignućima drugih*“) i sublimirano ogovaranje (5 čestica, npr. „*Razgovaram s prijateljima o odnosima između muškaraca i žena*“). Teoretski raspon odgovora na cijelom upitniku je 19-133, a na pojedinim skalama rasponi su slijedeći: informacije o drugima (5-35), fizički izgled (3-21), postignuća (6-42) te sublimirano ogovaranje (5-35). Dobivena vrijednost Cronbachova alfa koeficijenta za cijeli upitnik ($\alpha = .90$) upućuje na zadovoljavajuću unutarnju konzistenciju Upitnika u ovoj primjeni. Isto vrijedi i za njegove pojedine skale koje ispituju sklonost ogovaranju u pojedinim domenama: informacije o drugima ($\alpha = .86$), fizički izgled ($\alpha = .82$), postignuća ($\alpha = .82$) te sublimirano ogovaranje ($\alpha = .74$).

3. 3. Postupak

Odobrenje za provođenje istraživanja dalo je Etičko povjerenstvo Odjela za psihologiju Sveučilišta u Zadru. Istraživanje je provedeno tijekom travnja i svibnja 2024. godine putem online Google Forms obrasca, a poveznica se dijelila putem društvenih mreža. Također, s ciljem prikupljanja većeg broja muških sudionika, studentima se na Pomorskom odjelu Sveučilišta u Zadru u više navrata uživo prezentirala poveznica na obrazac. Međutim, došlo je do slabog odaziva muških studenata na predavanjima što je u konačnici dovelo do nesrazmjera muških (30%) i ženskih (70%) sudionika. U uputi za ispunjavanje obrasca ispitanicima je bilo objašnjeno da je njihovo sudjelovanje anonimno i da će podaci biti korišteni isključivo za potrebe istraživanja, te da je njihovo sudjelovanje dobrovoljno i da mogu odustati u bilo kojem trenutku.

4. Rezultati

Prije provođenja analiza u vezi s postavljenim problemima provjerena je normalnost distribucija rezultata na svim korištenim mjerama indeksom asimetričnosti i zakrivljenosti. Utvrđeno je da niti jedna distribucija ne odstupa od normalne, odnosno dobiveni indeksi su unutar kritičnih granica (za indeks zakrivljenosti <8.00 , a za indeks asimetričnosti <3.00 ; prema Kline, 2011), čime su zadovoljeni uvjeti za provedbu daljnjih parametrijskih analiza (Tablica 1).

Također, izračunati su deskriptivni parametri rezultata u cijelom uzorku, kao i u podskupinama žena i muškaraca, prikazani u Tablici 1.

Tablica 1. Aritmetičke sredine (*M*) i standardne devijacije (*SD*) rezultata na mjerama stavova prema ogovaranju i sklonosti ogovaranju na cijelom uzorku (*N*=141), kao i podskupinama žena (*n*=98) i muškaraca (*n*=43)

	Cijeli uzorak <i>M</i> (<i>SD</i>)	Žene <i>M</i> (<i>SD</i>)	Muškarci <i>M</i> (<i>SD</i>)	Indeks asimetričnosti	Indeks zakrivljenosti
Ukupan stav prema ogovaranju	2.66 (0.72)	2.65 (0.69)	2.66 (0.80)	.11	-.01
Socijalno vrednovanje	2.75 (0.88)	2.83 (0.83)	2.57 (0.96)	.18	-.01
Moralno vrednovanje	2.56 (0.76)	2.48 (0.83)	2.76 (0.81)	.16	.08
Ukupna sklonost ogovaranju	67.36 (19.63)	71.46 (18.93)	58.02 (18.12)	.35	.19
Informacije o drugima	17.96 (6.94)	19.19 (6.85)	15.16 (6.38)	.42	-.13
Fizički izgled	11.15 (4.56)	12.20 (4.36)	8.74 (3.93)	.48	-.47
Postignuća	17.77 (6.63)	17.76 (6.94)	17.74 (5.94)	.52	-.05
Sublimirano ogovaranje	20.48 (6.03)	22.28 (5.37)	16.37 (5.46)	-.03	-.44
Pasivno ogovaranje	3.57(1.52)	3.73(1.51)	3.21(1.50)	.18	-.57

U svrhu odgovaranja na prvi istraživački problem izračunati su Pearsonovi koeficijenti korelacije među rezultatima na mjerama stavova prema ogovaranju i sklonosti ogovaranju, kao i njihovih dimenzija, koji su prikazani u Tablici 2.

Tablica 2. Koeficijenti korelacije između mjera stavova prema ogovaranju i sklonosti ogovaranju te njihovih dimenzija (N=141)

	1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.
1. Ukupan stav prema ogovaranju	1	.89**	.86**	.64**	.72**	.48**	.43**	.43**	.02
		*	*	*	*	*	*	*	
2. Socijalno vrednovanje		1	.56**	.74**	.81**	.56**	.46**	.55**	.07
3. Moralno vrednovanje			*	*	*	*	*	*	
			1	.37**	.43**	.26**		.19*	-.06
				*	*		.29**		
4. Ukupna sklonost ogovaranju				1	.86**	.80**	.77**	.81**	.09
					*	*	*	*	
5. Informacije o drugima					1	.61**	.50**	.65**	.12
6. Fizički izgled						1	*	*	
7. Postignuća							1	.55**	.12
8. Sublimirano ogovaranje								1	.43**
9. Pasivno ogovaranje									1
									-.01
									.09
									1

* $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$

Utvrđena je statistički značajna umjerena pozitivna korelacija među rezultatima na Skali stavova prema ogovaranju i Upitniku sklonosti ogovaranju: ispitanici koji imaju visoke rezultate na Skali stavova prema ogovaranju generalno imaju i visoke rezultate na Upitniku sklonosti ogovaranju.

Također, korelacija rezultata na subskalama stavova prema ogovaranju je umjerena pozitivna, kao i korelacije rezultata na skalama sklonosti ogovaranju.

Utvrđene su značajne pozitivne visoke korelacije Subskale socijalnog vrednovanja ogovaranja sa rezultatima na Upitniku sklonosti ogovaranju, te Skali informacija o drugima, dok je sa rezultatima na skalama fizičkog izgleda, postignuća i sublimiranog ogovaranja utvrđena umjerena pozitivna korelacija. Kod rezultata na Subskali moralnog vrednovanja ogovaranja utvrđene su umjerene pozitivne korelacije sa rezultatima na Upitniku sklonosti ogovaranju, kao i Skali informacija o drugima, dok je sa skalama fizičkog izgleda, postignuća i sublimiranog ogovaranja utvrđena niska pozitivna korelacija.

Utvrđena je statistički značajna umjerena pozitivna korelacija rezultata na svim skalama Upitnika sklonosti ogovaranju sa rezultatom na Skali stavova prema ogovaranju. Međutim, nije utvrđena statistički značajna korelacija mjere pasivnog ogovaranja sa Skalom stavova prema ogovaranju niti sa Upitnikom sklonosti ogovaranju, kao ni s jednom od njihovih sub/skala.

U svrhu odgovaranja na drugi i treći istraživački problem, koji se odnose na utvrđivanje razlika između žena i muškaraca u stavovima prema ogovaranju i sklonosti ogovaranju, izračunati su t-testovi za nezavisne uzorke čiji su rezultati prikazani u Tablici 3. Također, prije provođenja t-testova, izračunat je Leveneov test homogenosti varijanci kojim nije utvrđena značajna razlika varijanci rezultata žena i muškaraca (Tablica 3).

Tablica 3. Rezultati t-testova za nezavisne uzorke za utvrđivanje razlika u rezultatima žena ($n=98$) i muškaraca ($n=43$) na mjerama stavova prema ogovaranju i sklonosti ogovaranju

	<i>M</i> žene	<i>M</i> muškarci	<i>t</i>	<i>df</i>	<i>p</i>	<i>p</i> Levene
Ukupan stav						
prema ogovaranju	2.65	2.66	-0.06	139	.95	.50
Socijalno vrednovanje	2.83	2.57	1.64	139	.10	.12
Moralno vrednovanje	2.48	2.76	-2.02	139	.04	.23
Ukupna sklonost ogovaranju	71.46	58.02	3.93	139	.00	.91
Informacije o drugima	19.19	15.16	3.28	139	.00	.61
Fizički izgled	12.20	8.74	4.41	139	.00	.61
Postignuća	17.79	17.74	0.03	139	.97	.25
Sublimirano ogovaranje	22.28	16.37	5.98	139	.00	.32
Pasivno ogovaranje	3,73	3,21	1,90	139	.06	.62

Nije utvrđena statistički značajna razlika u rezultatima žena i muškaraca na Skali stavova prema ogovaranju niti na Subskali socijalnog vrednovanja, ali je utvrđena značajna razlika u rezultatima na Subskali moralnog vrednovanja, pri čemu muškarci u prosjeku imaju veće rezultate, odnosno percipiraju ogovaranje manje nemoralnim nego žene.

Utvrđena je statistički značajna razlika u rezultatima na Skali sklonosti ogovaranju, kao i na skalama informacija o drugima, fizičkog izgleda i sublimiranog ogovaranja, pri čemu u svim slučajevima žene u prosjeku imaju veće rezultate. Nije utvrđena statistički značajna razlika u rezultatima na Skali postignuća.

Također, nije utvrđena statistički značajna razlika u mjeri pasivnog ogovaranja između žena i muškaraca.

5. Rasprava

Cilj ovog istraživanja bio je ispitati odnose stavova prema ogovaranju i sklonosti ogovaranju uključujući njihove pojedine dimenzije, kao i razlike kod muškaraca i žena na uzorku studenata iz RH. Kao mjera stavova korištena je hrvatska inačica Skale stavova prema ogovaranju (ATGS, Litman i Pezzo, 2005, adaptirale Turkalj i Ćubela Adorić, 2021), koja sadrži dvije subskale: socijalno i moralno vrednovanje ogovaranja. Obje subskale, kao i cijela skala pokazale su i u ovom istraživanju zadovoljavajuću pouzdanost tipa unutarnje konzistencije. Kao mjera sklonosti ogovaranju, za potrebe ovog istraživanja adaptiran je Upitnik sklonosti ogovaranju (TGQ, Nevo i sur., 1993), koji je, nakon izbacivanja jedne čestice koja se odnosi na pasivno ogovaranje, također pokazao zadovoljavajuću pouzdanost tipa unutarnje konzistencije. Kao i u inicijalnoj primjeni u uzorku studenata iz Izraela, latentna struktura ovog instrumenta pokazala se kompleksnom. Identificirana su četiri faktora koji se mogu interpretirati kao ogovaranje u domenama fizičkog izgleda, postignuća, dijeljenja informacija o drugima, te sublimiranog ogovaranja. Premda se po broju i sadržaju ovi faktori uglavnom podudaraju sa solucijom koju su u uzorku izraelskih studenata dobili Nevo i suradnici, postoje i neka odstupanja, koja su detaljnije navedena u opisu instrumenta, što bi trebalo imati u vidu pri daljnoj interpretaciji i usporedbama ovdje prikazanih rezultata s rezultatima istraživanja Nevo i suradnika (1993), kao i nekih drugih prethodnih primjena (npr. Davis i sur., 2018). Cijeli upitnik, kao i četiri skale u ovom su istraživanju također pokazali zadovoljavajuću pouzdanost tipa unutarnje konzistencije. Na kraju, za razliku od prethodnih istraživanja, ovdje prikazanim analizama obuhvaćena je i spomenuta čestica koja u ovom i prethodnim istraživanjima nije saturirala nijedan faktor na Upitniku sklonosti ogovaranju, te je korištena kao zasebna mjera tzv. pasivnog ogovaranja.

5. 1. Odnos stavova prema ogovaranju i sklonosti ogovaranju

Prvi istraživački problem bio je ispitati povezanost stavova prema ogovaranju i sklonosti ogovaranju, uključujući njihove dimenzije. Sukladno istraživanju Litmana i Pezza (2005), pretpostavljena je pozitivna povezanost stavova prema ogovaranju i sklonosti ogovaranju te pozitivna povezanost njihovih dimenzija. Statističkom analizom utvrđena je značajna pozitivna korelacija stavova prema ogovaranju i sklonosti ogovaranju, kao i njihovih dimenzija, čime je prva hipoteza potvrđena.

Povezanost rezultata na Skali stavova prema ogovaranju i na Upitniku sklonosti u skladu je s činjenicom da te skale eksplicitno ispituju ogovaranje, ali veličina ove povezanosti sugerira da ove dvije mjere procjenjuju različite konstrukte, kao što bi se očekivalo s obzirom na konceptualne razlike između ovih instrumenata (Litman i Pezzo, 2005).

Povezanost dimenzije socijalnog vrednovanja ogovaranja sa svim faktorima Upitnika sklonosti ogovaranju može se objasniti činjenicom da oni koji su skloniji ogovaranju na njega gledaju pozitivnije, doživljavajući ga kao vitalan alat za socijalno povezivanje, širenje informacija i održavanje socijalnih normi, odnosno uviđaju njegovu socijalnu vrijednost (McAndrew, 2014.). Ova pozitivna percepcija ogovaranja može proizaći iz dobiti koje ogovaranje pruža, poput jačanja odnosa, poticanja osjećaja pripadnosti i nuđenja načina za kretanje kroz društvene hijerarhije (Ellwardt i sur., 2012). McAndrew (2019) kao socijalne funkcije ogovaranja navodi razmjenu informacija, zabavu, prijateljstvo (ili povezivanje s drugima) i utjecaj, pa tako visoko vrednovanje ovih socijalnih funkcija ogovaranja objašnjava sklonost ogovaranju o drugima, fizičkom izgledu i/ili postignućima.

Na povezanost između sklonosti ogovaranju i stavova prema ogovaranju utječu kako socijalne, tako i moralne vrijednosti. Moguće je da je korelacija moralnog vrednovanja ogovaranja i sklonosti ogovaranju utvrđena jer pojedinci koji se često upuštaju u ogovaranje mogu razviti popustljivije stavove prema tome, racionalizirajući svoje ponašanje kao normativno ili korisno (McAndrew, 2014). S druge strane, oni koji imaju jake moralne prigovore na ogovaranje mogu se u to rjeđe upuštati i gledati na to negativnije, naglašavajući njegov potencijal da naškodi društvenom skladu i povjerenju. Sve dimenzije sklonosti ogovaranju, osim dimenzije informacija o drugima, imaju nisku povezanost s moralnim vrednovanjem ogovaranja, a posebice domena sublimiranog ogovaranja. Do ovakvih rezultata je moglo doći jer ljudi razgovore koji se ubrajaju pod sublimirano ogovaranje, poput informiranja o životu slavnih osoba ili odnosima žena i muškaraca, ne smatraju ogovaranjem kao takvim, pa ih zbog toga, iako možda sudjeluju u njima, ne doživljavaju moralno upitnima.

Tendencija pasivnog ogovaranja nije se pokazala povezanom sa sklonošću ogovaranju općenito ili u pojedinim domenama, što je u skladu i s rezultatima analize latentne strukture Upitnika sklonosti ogovaranju, na kojem čestica kojom se ispituje ova tendencija nije imala značajno zasićenje ni na jednom od izlučenih faktora. Također, utvrđeno je da ova tendencija varira neovisno stavovima prema ogovaranju (općenito, kao i duž dimenzija socijalnog i moralnog vrednovanja).

5. 2. Spolne razlike u stavovima prema ogovaranju

Drugi istraživački problem bio je ispitati razliku između muškaraca i žena u stavovima prema ogovaranju, uključujući dimenzije socijalnog i moralnog vrednovanja ogovaranja. U skladu s istraživanjem koje su proveli Litman i Pezzo (2005), pretpostavljeno je da će muškarci imati povoljnije stavove prema ogovaranju općenito, kao i na pojedinim dimenzijama. Provedenom statističkom analizom nije utvrđena značajna razlika u generalnim stavovima prema ogovaranju niti u socijalnom vrednovanju ogovaranja, ali je utvrđena značajna razlika u moralnom vrednovanju ogovaranja, pri čemu su muškarci u prosjeku iskazali pozitivnije moralno vrednovanje, čime je druga hipoteza djelomično potvrđena.

Generalno, utvrđene spolne razlike u stavovima prema ogovaranju su nekonzistentne, te variraju od istraživanja do istraživanja. Litman i Pezzo (2005) su utvrdili povoljnije stavove kod muškaraca, u istraživanju Turkalj (2022) utvrđeni su povoljniji stavovi muškaraca na generalnoj mjeri i moralnom vrednovanju, dok na socijalnom nije utvrđena razlika, a Davis i suradnici (2018) su utvrdili značajnu spolnu razliku samo za socijalno vrednovanje ogovaranja, pri čemu su žene izrazile pozitivnije stavove u odnosu na muškarce.

Također, neutvrđena razlika u socijalnom vrednovanju ogovaranja između žena i muškaraca mogla je proizaći iz činjenice da i muškarci i žene koriste ogovaranje kao strategiju intraseksualnog nadmetanja, odnosno koriste ogovaranje kako bi eliminirali suparnike pri traženju partnera (Foster, 2004; Kelam, 2018). Slično ovome, moguće je da oba spola koriste prethodno navedene socijalne funkcije ogovaranja kako bi širili informacije ili utjecaj; dakle, i jedni i drugi uviđaju socijalnu vrijednost ogovaranja.

S druge strane, veći rezultati muškaraca na moralnom vrednovanju ogovaranja ipak sugeriraju da postoji razlika u tome kako muškarci i žene doživljavaju ogovaranje. Moguće je da, kako žene imaju veću sklonost ogovaranju i više su podložne neizravnim oblicima vršnjačke viktimizacije (Benenson i sur., 2013), one više uviđaju potencijalne opasnosti ogovaranja, poput širenja lažnih informacija ili izolacije iz grupe, pa tako i imaju niže rezultate na Subskali moralnog vrednovanja, dok muškarci, s druge strane, ne smatraju ogovaranje toliko moralno neprihvatljivim.

5. 3. Spolne razlike u sklonosti ogovaranju

Kod utvrđivanja spolnih razlika u sklonosti ogovaranju, sukladno prijašnjim istraživanjima (Davis i sur., 2018; Litman i Pezzo, 2005; Nevo i sur., 1993) pretpostavljeno je da će žene

iskazati veću sklonost ogovaranju generalno, ali i u domenama informacija o drugima, fizičkog izgleda i sublimiranog ogovaranja, dok će muškarci iskazati veće rezultate na faktoru postignuća. Statističkom analizom podataka utvrđena je značajna razlika u rezultatima na Upitniku sklonosti ogovaranju, pri čemu su žene u prosjeku imale veće rezultate, kao i na skalama informacija o drugima, fizičkog izgleda i sublimiranog ogovaranja, pri čemu su žene također imale veće rezultate. Međutim, kod sklonosti ogovaranju o postignućima nije utvrđena statistički značajna razlika, čime je i treća hipoteza djelomično potvrđena.

Veća sklonost žena ogovaranju, u odnosu na muškarce, utvrđena je u više istraživanja (Davis i sur., 2018; Levin i Arluke, 1985; Nevo i sur., 1993; Watson, 2012). Davis i suradnici (2018) ovu razliku objašnjavaju time da žene preferiraju ogovaranje kao primarni način nadmetanja protiv drugih žena za partnere, što se očituje u njihovom svakodnevnom ogovaranju o raznim temama. Međutim, u prije spomenutom istraživanju Kelam (2018) utvrđeno je da muškarci više koriste ogovaranje u svrhu intraseksualnog nadmetanja, za razliku od žena. Drugo objašnjenje za ovu razliku može pružiti teorija društvenih uloga, koja se odnosi na spolne razlike i sličnosti u socijalnom ponašanju. Temeljno načelo ove teorije je da ove razlike i sličnosti proizlaze prvenstveno iz raspodjele muškaraca i žena u socijalne uloge (Eagly i Wood, 2016). Naime, moguće je da žene na Upitniku sklonosti ogovaranju imaju veće rezultate nego muškarci jer je ogovaranje povezano sa ženskom rodnom ulogom, što rezultira time da žene djeluju u skladu s socijalno propisanim ponašanjem. Moguće je da su zbog ovih rodnih uloga žene sklonije otkrivanju informacija o bilo kome, kako o sebi, tako i o drugima (Levin i Arluke, 1985).

Razlika između žena i muškaraca u sklonosti ogovaranju o drugima u skladu je sa istraživanjima Nevo i suradnika (1993), Davis i suradnika (2018) te Watson (2012). U usporedbi s muškarcima, žene jako cijene bliskost i intimu prijateljstva (Eckert, 1990), zbog čega je moguće da pokazuju veću sklonost ogovaranju o drugima. Naime, jedna od socijalnih funkcija ogovaranja prema McAndrew (2019) je upravo prijateljstvo, odnosno povezivanje s drugima – moguće je da žene koriste ogovaranje kao način zbližavanja i sklapanja bliskih odnosa. Također, utvrđeno je da kad grupe prijatelja ogovaraju, slušači rijetko negativno reagiraju, odnosno takve informacije često pobuđuju slaganje i podupiruće odgovore umjesto neslaganja (Eder i Enke, 1991). Žene su naročito sklone pokazivanju pozitivnih reakcija prema ogovaranju koje čuju od prijatelja (Leaper i Holiday, 1995), što može objasniti zašto žene koriste ogovaranje kao sredstvo zbližavanja.

U skladu s istraživanjima Davis i suradnika (2018), Nevo i suradnika (1993) te Watson (2012), i u ovom istraživanju utvrđeno je da žene značajno više od muškaraca ogovaraju o fizičkom izgledu. Davis i suradnici (2018) ovu razliku objašnjavaju time da žene u svrhu natjecanja sa svojim suparnicama u tražnji partnera naglašavaju aspekte svog fizičkog izgleda, a uz to ponižavaju druge žene na temelju njihova fizičkog izgleda kako bi povećale vlastitu vrijednost u očima partnera. Isto tako, teorija društvenih uloga također se može koristiti za tumačenje ovih nalaza; iz ove perspektive, žene imaju veću sklonost ogovarati o fizičkom izgledu drugih zbog društveno konstruiranih preferencija žena i muškaraca za svoje partnere (Eagly i Wood, 2016). Slično, kroz teoriju objektivizacije, žene koje žive u kulturama u kojima se njihova tijela neprestano procjenjuju mogu pokazati veću sklonost ogovaranja o izgledu; ova pojava vjerojatno se događa kroz samoobjektivizaciju, pri kojoj žene internaliziraju muške objektivizirajuće perspektive i počinju pomno promatrati vlastiti izgled, ali i izgled drugih žena (Engeln-Maddox i sur., 2011).

Veću sklonost muškaraca ogovaranju o postignućima istraživači su uglavnom objašnjavali evolucijskim polazištima, npr. preferencijama žena prema pokazateljima sposobnosti stjecanja i zadržavanja resursa te zbrinjavanja bližnjih kod muškaraca, zbog čega oni više ogovaraju o istima kao način intraseksualnog nadmetanja (Davis i sur., 2018). Slično tome, Eagly i Wood (2016) kroz teoriju rodni uloga objašnjavaju kako one odražavaju podjelu rada u suvremenim društvima – u industrijaliziranim gospodarstvima, društvene uloge organizirane su tako da žene su sklonije biti domaćice i primarni skrbnici djece te obavljati poslove njegovatelja. Suprotno tome, muškarci su skloniji biti primarni donositelji prihoda u obitelji i preuzimati uloge s punim radnim vremenom, često one koje uključuju fizičku snagu i asertivnost, odnosno vještine vođenja. Sve navedeno moglo bi objasniti potencijalne sklonosti muškaraca da ogovaraju o postignućima više nego žene. Međutim, kako je u ovom istraživanju korišten uzorak studenata, za pretpostaviti je da svi sudionici, i žene i muškarci, imaju određene ambicije što se tiče buduće karijere i postignuća, što bi umanjilo moguće spolne razlike u sklonosti ogovaranju o postignućima. Također, uzimajući u obzir da su sudionici studenti i da se shvaćanje rodni uloga u novije doba sve više mijenja, moguće je da u studentskoj populaciji tradicionalne rodne uloge ne dolaze toliko do izražaja; i žene i muškarci imaju mogućnost stjecanja i zadržavanja resursa, zbog čega su i jednima i drugima njihova postignuća i postignuća drugih jednako često tema razgovora.

S druge strane, žene češće sudjeluju u raspravama koje se tiču odnosa žena i muškaraca ili analiza tuđih motiva kako bi pružile podršku ili pomogle u rješavanju emocionalnih

problema, jer iskazuju veće razine empatije. Naime, prema meta-analizi Christov-Moore i suradnika (2014), žene dosljedno imaju veće rezultate u mjerama empatije. Ova bi razlika mogla biti posljedica bioloških čimbenika (kao što su hormonski utjecaji) i socijalnih čimbenika (kao što su rodne uloge). Iz ovog razloga, moguće je da žene imaju veću sklonost sublimiranom ogovaranju, kako je i utvrđeno u ovom istraživanju, jer je u ženskim razgovorima ogovaranje predstavljeno kao zabrinutost, savjet ili empatija, što ga čini socijalno prihvatljivim.

Na kraju, nije utvrđena razlika između muškaraca i žena u pasivnom sudjelovanju u ogovaranju, a to predstavlja još jedan aspekt ogovaranja koji vrijedi dalje istražiti. Ovi rezultati mogu se objasniti time da se socijalne norme, prema kojima su žene pričljivije ili sklonije ogovaranju, ne odnose nužno na pasivna ponašanja (Eagly i Wood, 2016). Naime, moguće je da i muškarci i žene smatraju da mogu slušati ogovaranje bez straha od kršenja rodni ili socijalnih očekivanja, što dovodi do izostanka razlike u pasivnom ogovaranju.

5. 4. Završna razmatranja

Ovo istraživanje pridonijelo je postojećim empirijskim spoznajama o odnosu stavova prema ogovaranju i sklonosti ogovaranju, kao i spolnim razlikama. Također, Upitnik sklonosti ogovaranju inicijalno je preveden za potrebe ovdje prikazanoga istraživanja, te je ovo jedna od njegovih prvih primjena u uzorcima sudionika iz RH. Napravljene su i sadržajne prilagodbe u formulaciji nekih tvrdnji (npr. u čestici br.1. umjesto „*kolumni u novinama*“ upotrijebljen je izraz „*medijske objave*“) kako bi bile što razumljivije i bliže ciljanom uzorku. Također, zbog razlika u latentnoj strukturi upitnika u ovoj primjeni potrebno ju je u budućim istraživanjima dodatno provjeriti u uzorcima sa što većim brojem sudionika.

Za kraj, potrebno je navesti moguće nedostatke i ograničenja provedenog istraživanja, kao i prijedloge za buduća istraživanja ovog područja. Prvo, korišteni uzorak je relativno mali ($N = 141$), a omjer žena i muškaraca u uzorku nije bio jednak – žene su činile 70%, a muškarci 30% uzorka, što može utjecati na mogućnost generalizacije rezultata, posebice onih koji se tiču spolnih razlika u ispitanim varijablama.

U budućim sličnim istraživanjima bilo bi korisno uključiti više varijabli, poput područja zanimanja, odnosno studiranja, jer je utvrđeno da sklonosti, a time potencijalno i stavovi prema ogovaranju, variraju u različitim strukama (Nevo i sur., 1993). Također, bilo bi korisno uključiti druge mjere stavova i sklonosti ogovaranju, poput procjena drugih ili opažanja, ukoliko je moguće. Naposljetku, budući da su prethodni nalazi nekonzistentni,

potrebna su dodatna istraživanja spolnih razlika u ogovaranju jer pogrešna stereotipna vjerovanja o načinu na koji muškarci i žene ogovaraju mogu biti štetna. Primjerice, iako je utvrđeno da žene imaju veću sklonost ogovarati o drugima i o fizičkom izgledu, Eckhaus i Ben-Hador (2017) su kvalitativnom analizom utvrdili da je njihovo ogovaranje, za razliku od muškaraca, češće pozitivnog tona. Ovaj nalaz jedan je od pokazatelja važnosti analiza spolnih razlika u ogovaranju koje mogu pridonijeti smanjenju rodno utemeljenih stereotipa o ogovaranju.

6. Zaključci

1. Utvrđena je statistički značajna umjerena pozitivna korelacija među rezultatima na Skali stavova prema ogovaranju i Upitniku sklonosti ogovaranju, kao i između rezultata na njihovim sub/skalama. Sudionici koji imaju pozitivniji stav (općenito, kao i na dimenzijama socijalnog i moralnog vrednovanja) skloniji su ogovaranju općenito i u specifičnim domenama.
Utvrđene su i statistički značajne pozitivne korelacije rezultata na svim subskalama Skale stavova prema ogovaranju i svim skalama Upitnika sklonosti ogovaranju.
2. Nije utvrđena statistički značajna razlika u rezultatima žena i muškaraca na Skali stavova prema ogovaranju, kao ni na Subskali socijalnog vrednovanja, ali je utvrđena statistički značajna razlika u rezultatima na Subskali moralnog vrednovanja, pri čemu muškarci, u prosjeku, percipiraju ogovaranje manje nemoralnim nego žene.
3. Utvrđena je statistički značajna razlika u rezultatima žena i muškaraca na Upitniku sklonosti ogovaranju, kao i na skalama informacija o drugima, fizičkog izgleda i sublimarnog ogovaranja, pri čemu u svim slučajevima žene u prosjeku imaju veće rezultate. Nije utvrđena statistički značajna razlika u rezultatima muškaraca i žena na skali postignuća, kao ni na čestici koja se odnosi na pasivno ogovaranje.

7. Literatura

- Beersma, B. i Van Kleef, G. A. (2011). How the grapevine keeps you in line: gossip increases contributions to the group. *Social Psychological and Personality Science*, 2(6), 642–649. <https://doi.org/10.1177/1948550611405073>.
- Benenson, J. F., Markovits, H., Hultgren, B., Nguyen, T., Bullock, G. i Wrangham, R. (2013). Social exclusion: more important to human females than males. *PLoS one*, 8(2), e55851. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0055851>.
- Ben-Zeev, A. (1994). The vindication of gossip. U R. F. Goodman i A. Ben-Ze'ev (Ur.), *Good Gossip* (str. 11–24). University Press of Kansas.
- Besnier, N. (1989). Information withholding as a manipulative and collusive strategy in Nukulaelae gossip. *Language in Society*, 18(3), 315-341.
- Christov-Moore, L., Simpson, E. A., Coudé, G., Grigaityte, K., Iacoboni, M. i Ferrari, P. F. (2014). Empathy: Gender effects in brain and behavior. *Neuroscience and Biobehavioral Reviews*, 46, 604-627. <https://doi.org/10.1016/j.neubiorev.2014.09.001>
- Davis, A. C., Dufort, C., Desrochers, J., Vaillancourt, T. i Arnocky, S. (2018). Gossip as an intrasexual competition strategy: Sex differences in gossip frequency, content, and attitudes. *Evolutionary Psychological Science*, 4, 141-153. <https://doi.org/10.1007/s40806-017-0121-9>.
- Dores Cruz, T. D., Nieper, A. S., Testori, M., Martinescu, E. i Beersma, B. (2021). An integrative definition and framework to study gossip. *Group & Organization Management*, 46(2), 252-285. <https://doi.org/10.1177/1059601121992887>.
- Dunbar, R. I. (2004). Gossip in evolutionary perspective. *Review of General Psychology*, 8(2), 100-110. <https://doi.org/10.1037/1089-2680.8.2.100>.

- Eagly, A. H. i Wood, W. (2016). Social role theory of sex differences. U N. A. Naples (Ur.), *The Wiley Blackwell encyclopedia of gender and sexuality studies* (str. 1–3), 1(1). John Wiley & Sons, Ltd. <https://doi.org/10.1002/9781118663219.wbegss1>.
- Eckert, P. (1990). Cooperative competition in adolescent “girl talk”. *Discourse Processes*, 13(1), 91–122. <https://doi.org/10.1080/01638539009544748>.
- Eckhaus, E. i Ben-Hador, B. (2017). Gossip and gender differences: a content analysis approach. *Journal of Gender Studies*, 28(1), 97–108. <https://doi.org/10.1080/09589236.2017.1411789>.
- Eder, D. i Enke, J. L. (1991). The structure of gossip: opportunities and constraints on collective expression among adolescents. *American Sociological Review*, 56(4), 494. <https://doi.org/10.2307/2096270>.
- Ellwardt, L., Labianca, G. J. i Wittek, R. (2012). Who are the objects of positive and negative gossip at work?: A social network perspective on workplace gossip. *Social Networks*, 34(2), 193-205. <https://doi.org/10.1016/j.socnet.2011.11.003>.
- Engeln-Maddox, R., Miller, S.A. i Doyle, D.M. (2011). Tests of objectification theory in gay, lesbian, and heterosexual community samples: mixed evidence for proposed pathways. *Sex Roles*, 65, 518–532 <https://doi.org/10.1007/s11199-011-9958-8>.
- Foster, E. K. (2004). Research on gossip: taxonomy, methods, and future directions. *Review of General Psychology*, 8(2), 78–99. <https://doi.org/10.1037/1089-2680.8.2.78>.
- Hartung, F.-M., Krohn, C. i Pirschtat, M. (2019). Better than its reputation? Gossip and the reasons why we and individuals with “dark” personalities talk about others. *Frontiers in Psychology*, 10. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2019.01162>.
- Kelam, M. (2018). *Percepcija vlastite vrijednosti kao partnera i sklonost ogovaranju potencijalnih suparnika u ljubavnoj vezi*. [Neobjavljeni diplomski rad]. Odjel za

psihologiju Sveučilišta u Zadru. Preuzeto s

<https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:162:441111>

- Kıral, E. i Durdu, I. (2021). The relationship between tendency to gossip and organizational commitment. *International Online Journal of Education and Teaching (IOJET)*, 8(3), 1833-1856.
- Kline, R. B. (2011). *Principles and practice of structural equation modeling*. Guilford Press.
- Levin, J. i Arluke, A. (1985). An exploratory analysis of sex differences in gossip. *Sex Roles*, 12, 281–286. <https://doi.org/10.1007/BF00287594>.
- Litman, J. A., Huang, C. H. i Chang, H. T. (2009). Development and validation of a Chinese version of the Attitudes Towards Gossip Scale. *Journal of Psychology in Chinese Societies*, 10(2), 131-150.
- Litman, J. A. i Pezzo, M. V. (2005). Individual differences in attitudes towards gossip. *Personality and Individual Differences*, 38(4), 963–980. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2004.09.003>.
- Martinescu, E., Janssen, O. i Nijstad, B. A. (2014). Tell me the gossip. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 40(12), 1668–1680.
- McAndrew, F. T. (2014). The “sword of a woman”: Gossip and female aggression. *Aggression and Violent Behavior*, 19(3), 196–199. <https://doi.org/10.1016/j.avb.2014.04.006>.
- McAndrew, F. T. (2019). Gossip as a social skill. U F. Giardini i R. P. M. Wittek (Ur.), *The Oxford handbook of gossip and reputation* (str. 173-192). Oxford University Press.

- Medini, G. i Rosenberg, E. H. (1976). Gossip and psychotherapy. *American Journal of Psychotherapy*, 30(3), 452-462.
<https://doi.org/10.1176/appi.psychotherapy.1976.30.3.452>
- Michelson, G., van Iterson, A. i Waddington, K. (2010). Gossip in organizations: contexts, consequences, and controversies. *Group & Organization Management*, 35(4), 371–390. <https://doi.org/10.1177/1059601109360389>.
- Nevo, O., Nevo, B. i Derech-Zehavi, A. (1993). The development of the Tendency To Gossip Questionnaire: construct and concurrent validation for a sample of Israeli college students. *Educational and Psychological Measurement*, 53(4), 973–981.
<https://doi.org/10.1177/0013164493053004010>.
- Nevo, O., Nevo, B., Zehavi, A. D. i Milton, M. J. (1993). Gossip and counselling: The tendency to gossip and its relation to vocational interests. *Counselling Psychology Quarterly*, 6(3), 229–238. <https://doi.org/10.1080/09515079308254117>.
- Robbins, M. L. i Karan, A. (2019). Who gossips and how in everyday life? *Social Psychological and Personality Science*, 11(2). 185-195.
<https://doi.org/10.1177/1948550619837000>.
- Turkalj, I. (2022). *Odnos potrebe za dramom i stava prema ogovaranju*. [Neobjavljeni završni rad]. Odjel za psihologiju Sveučilišta u Zadru. Preuzeto s <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:162:104293>.
- Watson, D. C. (2012). Gender differences in gossip and friendship. *Sex Roles*, 67(9–10), 494–502. <https://doi.org/10.1007/s11199-012-0160-4>.
- Watson, D. C. (2022). The HEXACO model of personality: factors related to gossip & friendship. *North American Journal of Psychology*, 24(3), 463-480.
- Wert, S. R. i Salovey, P. (2004). A social comparison account of gossip. *Review of General Psychology*, 8(2), 122–137. <https://doi.org/10.1037/1089-2680.8.2.122>.