

Bogdan Wojciszke

Człowiek wśród ludzi

Zarys psychologii
społecznej

Człowiek wśród ludzi

Zarys psychologii społecznej

Seria
a WYKŁADY Z
PSYCHOLOGII

Redaktor naukowy: Jerzy Brzeziński

tom 8

Seria *Wykłady z Psychologii* obejmuje autorskie ujęcie podstawowych dziedzin psychologii, wchodzących w obręb programu pięcioletnich studiów magisterskich na tym kierunku. Poszczególne książki z tej serii, napisane przez badaczy o długoletnim doświadczeniu dydaktycznym i znaczących osiągnięciach naukowych, adresowane są przede wszystkim do studentów psychologii, ale mogą też być z pożytkiem wykorzystane przez studentów pokrewnych kierunków.

W serii *Wykłady z Psychologii* będą ukazywały się książki, które odnoszą się do przedmiotów ujętych w *Minimalnych wymaganiach programowych* opracowanych przez Radę Główną Szkolnictwa Wyższego oraz w *Standardach akredytacji kierunku studiów psychologia* Uniwersyteckiej Komisji Akredytacyjnej — zarówno z grupy przedmiotów podstawowych, jak i grupy przedmiotów ujętych w programach różnych specjalności (psychologii klinicznej, psychologii edukacji, psychologii organizacji i zarządzania itd.). Zaprezentowane zostaną także najnowsze obszary badań w zakresie podstaw i zastosowań psychologii, m.in.: neuronauka poznawcza, genetyka behawioralna, psychologia polityczna, psychologia środowiskowa, psychologia reklamy.

Bogdan Wojciszke

Człowiek
wśród ludzi
Zarys psychologii
społecznej

Redakcja: Anna Raciborska

Korekta: Hanna Sobolewska

Projekt okładki: Katarzyna Juras

Copyright © 2002, 2003, 2004 by Wydawnictwo Naukowe „Scholar”

ISBN: 83-7383-

Wydawnictwo Naukowe „Scholar” Spółka z o.o.
ul. Krakowskie Przedmieście 62, 00-322 Warszawa
tel./fax 826 59 21, 828 95 63, 828 93 91
dział handlowy 635 74 04 w. 219 lub jak wyżej w. 105, 108
e-mail info@scholar.com.pl
<http://www.scholar.com.pl>

Sprzedaż wysyłkową dla odbiorców indywidualnych prowadzi
Księgarnia Naukowa **RESURSA**
ul. Krakowskie Przedmieście 62, 00-322 Warszawa
tel./fax 022 828 18 16
e-mail: info@resursa.com.pl
www.resursa.com.pl

Wydanie drugie (trzeci dodruk)
Skład i łamanie: WN „Scho\ar”(Stanisław Beczek)

Spis treści

Od autora.....	15
Rozdział 1. Czym i jak zajmuje się psychologia społeczna.....	17
1.1. Czym zajmuje się psychologia społeczna?.....	17
1.2. Podstawowe podejścia teoretyczne.....	17
1.2.1. Perspektywa poznawcza.....	20
1.2.2. Perspektywa motywacyjna.....	21
1.2.3. Perspektywa teorii uczenia się.....	23
1.2.4. Perspektywa społeczno-kulturowa.....	24
1.2.5. Perspektywa ewolucjonistyczna.....	26
1.3. Eksperyment i logika badania w psychologii społecznej.....	27
1.3.1. Eksperyment	29
1.3.2. Replikacje i logika programu badawczego.....	32
1.4. Pozostałe metody badawcze.....	37
1.4.1. Obserwacja	38
<i>Z życia La Czego kobiety chcą od mężczyzn, czego mężczyźni chcą od kobiet .</i>	41
1.4.2. Badania korelacyjne.....	42
<i>Z życia l.b Bezradność intelektualna w szkole.....</i>	47
1.4.3. Modele zwierzęce i komputerowe.....	48
1.4.4. Wartość i dopełnianie się różnych metod badawczych.....	49
1.5. Podsumowanie	51
<i>Koncepcja 1. Teoria dysonansu poznawczego.....</i>	52
• Podstawowe pojęcia.....	55
• Literatura zalecana.....	56
Rozdział 2. Wiedza i sądy o świecie społecznym.....	57
2.1. Wiedza o świecie społecznym.....	57
2.1.1. Struktury wiedzy: schematy, skrypty i teorie.....	57
2.1.2. Funkcjonowanie wiedzy.....	60
2.1.3. Regulacja zachowania.....	65
2.2. Stereotypy i uprzedzenia.....	68
<i>Z życia 2.a Stereotyp spiskowy, czyli antysemityzm po polsku.....</i>	69
2.2.1. Źródła i funkcje.....	70
2.2.2. Wpływ na przetwarzanie informacji.....	75
2.2.3. Modyfikacja i kontrola.....	77
<i>Z życia l.b Redukowanie uprzedzeń etnicznych na Opolszczyźnie.....</i>	80
2.3. Heurystyki formułowania sądów.....	80
2.3.1. Heurystyka dostępności.....	81
2.3.2. Heurystyka zakotwiczenia/dostosowania.....	82
2.3.3. Heurystyka symulacji.....	84
2.3.4. Heurystyka reprezentatywności.....	87
2.4. Zależność sądów od kontekstu i emocji.....	88
2.4.1. Wyrazistość.....	89
2.4.2. Kontrast i asymilacja.....	90
2.4.3. Wpływ stanów emocjonalnych na sądy.....	93
2.5. Podsumowanie.....	96
<i>Koncepcja 2. Automatyczne i kontrolowane przetwarzanie informacji.....</i>	96
• Podstawowe pojęcia.....	97
• Literatura zalecana.....	98

Rozdział 3. Spozrzeganie osób	99
3.1. Atrybucje: wnioskowanie na podstawie zachowania	99
3.1.1. Klasyczne modele atrybucji	99
3.1.2. Deformacje procesu atrybucji	105
<i>Z życia 3.a Falszywa powszechność i wojownicze mniejszości</i>	108
3.1.3. Procesualne modele atrybucji	110
3.2. Asocjacje: wnioskowanie na podstawie wiedzy	113
3.2.1. Ukryte teorie osobowości	113
3.2.2. Zachowania, cechy i stereotypy	116
3.3. Ocenianie osób	120
3.3.1. Oddolna integracja danych	120
<i>Z życia 3.b Polska norma negatywnej oceny świata społecznego</i>	125
3.3.2. Odgórne wykorzystywanie schematów	126
3.3.3. Tendencyjne sprawdzanie hipotez	128
3.4. Podsumowanie	133
<i>Koncepcja 3. Reguły atrybucji: zasada pomniejszania i powiększania</i>	134
• Podstawowe pojęcia	134
• Literatura zalecana	135
 Rozdział 4. Ja i wizerunek własnej osoby	136
4.1. Ja	136
4.1.1. Co zawiera ja	137
4.1.2. Geneza: skąd się bierze ja	139
4.1.3. Funkcje: po co mamy ja	141
<i>Z życia 4.a Optymizm defensywny, czyli przyszłość bez wydarzeń</i>	142
4.2. Samoocena i autowaloryzacja	147
4.2.1. Samoocena jako cecha	147
4.2.2. Motywy związane z ja	149
<i>Z życia 4.b Rząd jako chłopiec do bicia</i>	154
4.2.3. Mechanizmy autowaloryzacji	155
4.2.4. Dlaczego chcemy dobrze o sobie myśleć?	162
4.3. Autoprezentacja: kształtowanie własnego wizerunku	164
4.3.1. Życie społeczne jako przywdziewanie masek	164
4.3.2. Obronne taktyki autoprezentacji	166
4.3.3. Asertywne taktyki autoprezentacji	170
4.3.4. Skutki autoprezentacji	173
4.4. Podsumowanie	174
<i>Koncepcja 4. Obserwacyjna samokontrola zachowania</i>	175
• Podstawowe pojęcia	177
• Literatura zalecana	177
 Rozdział 5. Postawy i wartości	178
5.1. Struktura postaw i wartości	178
5.1.1. Struktura wartości	178
5.1.2. Struktura postaw	180
5.1.3. Funkcje postaw	182
5.2. Geneza postaw	184
5.2.1. Postawa jako rezultat przekonań	185
5.2.2. Postawa jako rezultat emocji	186
5.2.3. Postawa jako rezultat zachowania	191
<i>Z życia 5.a Telewizja a nierealistyczny obraz świata społecznego</i>	195

5.3. Wpływ postaw i wartości na przetwarzanie informacji.....	197
5.3.1. Selektywność poszukiwania informacji.....	197
5.3.2. Tendencyjność spostrzeżeń i wniosków.....	197
5.3.3. Selektywność pamięci.....	199
<i>Z życia 5.b Wpływ telewizji na wybory polityczne; oni ulegają, ja nie.....</i>	200
5.4. Wpływ postaw na zachowanie.....	201
5.4.1. Dopasowanie postaw i zachowań.....	202
5.4.2. Moderatory zgodności.....	203
5.4.3. Mediatorzy zgodności.....	205
5.5. Podsumowanie	209
• <i>Koncepcja 5. Teoria autopercepcji.....</i>	210
• Podstawowe pojęcia.....	211
• Literatura zalecana.....	211
 Rozdział 6. Zmiana postaw.....	212
6.1. Teorie zmian postaw.....	212
6.1.1. Procesualny model perswazji.....	212
6.1.2. Model reakcji poznawczych.....	214
6.1.3. Teorie dwutorowości perswazji.....	216
6.2. Wyznaczniki zmiany postaw.....	218
6.2.1. Nadawca.....	219
6.2.2. Treść przekazu.....	225
6.2.3. Organizacja przekazu.....	232
6.2.4. Środek przekazu.....	233
6.2.5. Odbiorca.....	235
<i>Z życia 6.a Czy reklamy działają na podświadomość?.....</i>	236
<i>Z życia 6.b Skuteczność cenzury.....</i>	241
6.3. Trwałość zmiany postaw.....	241
6.4. Podsumowanie.....	243
<i>Koncepcja 6. Teoria reaktancji.....</i>	244
• Podstawowe pojęcia.....	245
• Literatura zalecana.....	245
 Rozdział 7. Wpływ społeczny.....	246
7.1. Przejawy wpływu społecznego.....	246
7.1.1. Naśladownictwo.....	246
7.1.2. Konformizm.....	247
<i>Z życia 7.a Zaraźliwość samobójstw.....</i>	248
7.1.3. Posłuszeństwo autorytetom.....	252
7.2. Mechanizmy wywierania wpływu.....	255
7.2.1. Zaangażowanie.....	255
7.2.2. Słuszność.....	258
<i>Z życia 7.b Dlaczego tak różne psychoterapie są skuteczne?.....</i>	259
7.2.3. Lubienie.....	262
7.2.4. Wzajemność.....	263
7.2.5. Niedostępność.....	264
7.3. Techniki manipulacji społecznych.....	266
7.3.1. Stopa w drzwiach.....	266
7.3.2. Ukryte koszty i znikająca przynęta.....	267
7.3.3. Nieproszone ustępstwo.....	269

7.3.4. „A to nie wszystko” i odwrócenie uwagi.....	270
7.3.5. Huśtawka emocjonalna.....	270
7.3.6. Uwikłanie w dialog.....	271
7.4. Obrona przed wpływem innych.....	272
7.4.1. Asertywność.....	272
7.4.2. Przerwanie aulomatyzmów.....	273
7.5. Podsumowanie.....	275
<i>Koncepcja 7. Teoria społecznego uczenia się.....</i>	276
• Podstawowe pojęcia.....	277
• Literatura zalecana.....	277
Rozdział 8. Atrakcyjność i miłość.....	278
8.1. Teorie atrakcyjności.....	278
8.1.1. Teoria kar i nagród.....	278
8.1.2. Teorie zgodności.....	280
8.2. Wyznaczniki atrakcyjności.....	281
8.2.1. Częstość kontaktów.....	281
8.2.2. Zalety.....	283
8.2.3. Podobieństwo.....	284
8.2.4. Atrakcyjność fizyczna.....	286
8.2.5. Komplementary, przysługi i zachowania wiążące.....	289
<i>Z życia 8.a Dlaczego wcięcie w pasie jest pociągające.....</i>	290
8.3. Miłość i bliskie związki.....	293
8.3.1. Przywiązanie.....	294
8.3.2. Trójskładnikowa teoria miłości.....	295
8.3.3. Dynamika bliskiego związku.....	300
<i>Z życia 8.b Wpływ rozvodu rodziców na dobr ostan dzieci.....</i>	306
8.3.4. Rodzaje miłości.....	307
8.4. Podsumowanie.....	309
<i>Koncepcja 8. Teoria równowagi poznawczej.....</i>	309
• Podstawowe pojęcia.....	312
• Literatura zalecana.....	312
Rozdział 9. Pomocność i prospołeczność.....	313
9.1. Skąd bierze się dobro: teorie pomocności.....	313
9.1.1. Decyzyjny model interwencji kryzysowej.....	313
9.1.2. Teorie pobudzenia.....	317
9.1.3. Teorie norm.....	321
9.1.4. Teorie ewolucjonistyczne.....	324
<i>Z życia 9.a Komu pomagają Polacy?.....</i>	329
9.2. Wyznaczniki pomocności.....	330
9.2.1. Obecność i postępowanie innych.....	330
9.2.2. Właściwości biorcy pomocy.....	331
9.2.3. Relacje między dawcą a biorcą pomocy.....	332
9.2.4. Właściwości osoby pomagającej.....	335
<i>Z życia 9.b Jasne i ciemne strony rywalizacji.....</i>	338
9.3. Reagowanie na pomoc.....	339
9.4. Podsumowanie.....	341
<i>Koncepcja 9. Podstawowe typy relacji społecznych.....</i>	342
• Podstawowe pojęcia.....	344
• Literatura zalecana.....	344

Rozdział 10. Agresja.....	345
10.1. Skąd bierze się zło: teorie agresji.....	345
<i>Z życia 10.a Być ofiarą gwałtu.....</i>	346
10.1.1. Agresja jako instynkt.....	347
10.1.2. Agresja jako popęd.....	349
10.1.3. Agresja jako rezultat uczenia.....	352
10.2. Wyznaczniki agresji.....	356
10.2.1. Prowokacja.....	356
10.2.2. Pobudzenie emocjonalne.....	358
<i>Z życia 10.b Temperatura a przestępczość.....</i>	360
10.2.3. Przemoc w mass mediach.....	361
10.2.4. Normy i oczekiwania społeczne.....	364
10.2.5. Alkohol.....	365
10.2.6. Czynniki genetyczne.....	367
10.3. Jak zahamować agresję?.....	368
10.3.1. Katharsis, czyli rozładowanie.....	369
10.3.2. Karanie agresji.....	371
10.3.3. Złożone interwencje psychologiczne.....	373
10.4. Podsumowanie.....	373
<i>Koncepcja 10. Teoria transferu pobudzenia emocjonalnego.....</i>	374
• Podstawowe pojęcia.....	375
• Literatura zalecana.....	375
Rozdział 11. Grupa społeczna.....	376
11.1. Struktura i funkcjonowanie grupy.....	376
11.1.1. Interakcje i różnicowanie statusu.....	378
11.1.2. Spójność grupy.....	381
11.1.3. Wzajemne wpływy większości i mniejszości.....	383
11.2. Zadaniowe funkcjonowanie grupy.....	386
<i>Z życia 11.a Gronowy model zmian społecznych.....</i>	387
11.2.1. Facylitacja i hamowanie społeczne.....	388
11.2.2. Próżniactwo społeczne.....	392
11.2.3. Skład grupy i struktura zadania.....	398
11.2.4. Decyzje grupowe.....	399
11.3. Przywództwo i władza.....	403
<i>Z życia 11. b Punktowość, przedziałów ość i przystosowanie do zmian systemowych w Polsce.....</i>	404
11.3.1. Wyłanianie przywódcy.....	405
11.3.2. Style kierowania.....	408
11.3.3. Podstawy władzy.....	411
11.4. Podsumowanie.....	413
<i>Koncepcja 11. Teoria wpływu społecznego.....</i>	414
• Podstawowe pojęcia.....	416
• Literatura zalecana.....	417
Rozdział 12. Kobiety i mężczyźni: psychiczne zróżnicowanie płci.....	418
12.1. Stereotypy płci.....	418
12.1.1. Stereotyp męskości i kobiecości.....	418
12.1.2. Konsekwencje stereotypów płci.....	420

12.2. Faktyczne zróżnicowanie płci.....	423
<i>Z życia 12.a Postawy Polaków wobec kobiety jako szefa.....</i>	424
12.2.1. Zdolności umysłowe.....	428
12.2.2. Funkcjonowanie motoryczne.....	430
12.2.3. Cechy osobowości.....	430
12.2.4. Funkcjonowanie społeczne.....	433
12.2.5. Zachowania i relacje heteroseksualne.....	439
12.2.6. Różnice między kobietami i mężczyznami - konkluzje.....	441
12.3. Teorie wyjaśniające zróżnicowanie płci.....	442
12.3.1. Koncepcje zróżnicowanej socjalizacji kobiet i mężczyzn.....	442
12.3.2. Koncepcje ewolucjonistyczne.....	445
12.3.3. Koncepcja strukturalno-społeczna.....	449
<i>Z życia 12.b Mężczyźni, kobiety a zdrada seksualna i emocjonalna.....</i>	450
12.4. Podsumowanie.....	453
• Podstawowe pojęcia.....	454
• Literatura zalecana.....	454
Słownik	455
Bibliografia.....	478
Indeks hasel.....	526
Indeks nazwisk.....	536

Spis rysunków

Rysunek 1.1. Odsetki kobiet i mężczyzn, którzy w ogłoszeniach matrymonialnych poszukują i oferują cechy związane z zasobami materialnymi i z urodą	42
Rysunek 1.2. Model przyczynowych zależności między bezradnością intelektualną, poczuciem zagrożenia a osiągnięciami szkolnymi	47
Rysunek 1.3. Schematyczna prezentacja teorii dysonansu poznawczego	53
Rysunek 1.4. Zmiana postawy i dyskomfort odczuwany w warunkach wywołujących lub niewywołujących dysonansu	54
Rysunek 2.1. Poziom trafień i fałszywych alarmów w rozpoznawaniu zdarzeń skryptowych oraz wielkość wskaźnika dyskryminacji pamięciowej d' . . .	63
Rysunek 2.2. Siłą wpływu stereotypu spiskowego i klasycznego („cechowego”) na poziom uprzedzeń w stosunku do Żydów (...)	69
Rysunek 2.3. Oceny kierownika-kobiety i kierownika-mężczyzny wydawane przez badanych mężczyzn i kobiety (...)	75
Rysunek 3.1. Wiedza ogólna osoby pytającej i odpowiadającej - w ocenie własnej uczestników quizu i w ocenie niezaangażowanych obserwatorów . .	104
Rysunek 3.2. Rzeczywiste i subiektywne odsetki Polaków zajmujących różne stanowiska w sprawie dopuszczalności aborcji (...)	109
Rysunek 3.3. Ocena lękowości wyrazu twarzy i lęku jako cechy osobowościowej (...)	111
Rysunek 3.4. Struktura ukrytej teorii osobowości (...)	115
Rysunek 3.5. Ilustracja koneksjonistycznego modelu Kundy i Thagarda (...)	117
Rysunek 3.6. Oceny konkretnego i abstrakcyjnego nauczyciela przez byłych uczniów w zależności od ich chronicznej skłonności do narzekania	126
Rysunek 3.7. Liczba pytań o zalety i wady w zależności od wyglądu osoby (...) ..	131
Rysunek 4.1. Spostrzegany stopień podobieństwa siebie do innych i innych do siebie (...)	139
Rysunek 4.2. Ocena szans pojawienia się we własnym życiu dobrych lub złych wydarzeń (...)	142
Rysunek 4.3. Ilość lodów zjedzonych przez dziewczęta odchudzające się lub nie (...)	146
Rysunek 4.4. Odsetki osób z próby ogólnopolskiej szacujących jak oni sami i inni zachowaliby się w razie awarii sieci wodociągowej na osiedlu	150
Rysunek 4.5. Odsetki osób z próby ogólnopolskiej przypisujące władzom i sobie samym odpowiedzialność za jakość własnego życia (...)	154
Rysunek 4.6. Siła wpływu czynników zewnętrznych na spadek i wzrost poczucia szczęścia (...)	155
Rysunek 4.7. Natężenie afirmacji, wysoce cenionej wartości u badanych, których samoocena została podwyższona (...)	161
Rysunek 4.8. Samoutrudnianie: ilość minut spędzanych na pomaganiu urzędnicze w zależności od możliwości ćwiczenia (...)	168
Rysunek 5.1. Uniwersalne typy wartości i ich wzajemne położenie w przestrzeni dwuwymiarowej	179
Rysunek 5.2. Soczewkowy model wyznaczników i konsekwencji postaw	182
Rysunek 5.3. Wpływ częstości spotykania nieznanego kobiety na jej oceny (...) ..	190

Rysunek	5.5. Wpływ informacji wyrażanej przez małą lub dużą nagrodę za wykonanie zadania na późniejszą postawę wobec tego zadania	195
Rysunek	5.6. Odsetki Polaków uważających Polskę i własne miejsce zamieszkania za bezpieczne	196
Rysunek	5.7. Średnia ocena wpływu telewizji na decyzje wyborcze (...)	200
Rysunek	5.8. Dwa modele procesów psychicznych pośredniczących między postawą a zachowaniem (...)	206
Rysunek	6.1. Procesualny model perswazji McGuire'a	213
Rysunek	6.2. Uproszczony schemat teorii dwutorowości perswazji (...)	218
Rysunek	6.3. Podstawowy schemat aktu komunikacji w perswazji	219
Rysunek	6.4. Natychmiastowa i odroczonej zmiany postaw wywołana przekazem pochodzącym od nadawcy o dużej i małej wiarygodności	220
Rysunek	6.5. Wpływ siły i liczby argumentów na zmianę postaw odbiorców ...	226
Rysunek	6.6. Wpływ strachu wzbudzanego przekazem na tendencję do ulegania przekazowi (...)	231
Rysunek	6.7. Wpływ środka przekazu na jego skuteczność (...)	234
Rysunek	6.8. Zmiana postawy jako funkcja rozbieżności między stanowiskiem oferowanym w przekazie a początkową postawą odbiorcy (...)	239
Rysunek	7.1. Efekt Wertera, czyli zaraźliwość samobójstw (...)	248
Rysunek	7.2. Odsetek osób ulegających naciskowi grupy w zależności od siły nacisku i nastawienia na poprawne wykonanie zadania (...)	251
Rysunek	7.3. Samoocena na skali „opanowanie-uczuciowość” w zależności od sposobu i warunków autoprezentacji	258
Rysunek	7.4. Zaangażowanie jako warunek skuteczności psychoterapii (...)	259
Rysunek	7.5. Pułapka ukrytych kosztów i pułapka znikającej przynęty (...)	268
Rysunek	7.6. Odsetek osób ulegających prośbie w warunkach monologu lub dialogu na tematy ważne lub nie (...)	272
Rysunek	8.1. Ocena globalna człowieka w zależności od moralnego i sprawnościowego znaczenia jego zachowań	284
Rysunek	8.2. Sylwetki kobiet używane w badaniach nad ocenami atrakcyjności ..	290
Rysunek	8.3. Siła związku intymności, namiętności i zobowiązania z satysfakcją	299
Rysunek	8.4. Zróznicowanie dynamiki intymności, namiętności i zobowiązania (...)	303
Rysunek	8.5. Sześć typów miłości i ich wzajemne relacje	307
Rysunek	8.6. Zrównoważone i niezrównoważone jednostki poznawcze P-O-X ..	311
Rysunek	9.1. Decyzyjny model interwencji w sytuacji kryzysowej	314
Rysunek	9.2. Gotowość niesienia pomocy w sytuacjach dramatycznych i codziennych (...)	326
Rysunek	9.3. Troskliwość o wnuki przejawiana przez babcię i dziadków (...)	328
Rysunek	9.4. Odsetek Polaków deklarujących kierowanie i otrzymywanie różnych rodzajów pomocy od osób spokrewnionych i niespokrewnionych ..	329
Rysunek	9.5. Samopoczucie badanych o niskiej i wysokiej samoocenie (...)	340
Rysunek	10.1. Ogólna liczba reakcji agresywnych i reakcji naśladowczych (...)	355
Rysunek	10.2. Miesięczny rozkład zabójstw, napadów, gwałtów i bicia żon	360

Rysunek 11.1. Częstość dyskutowania informacji podzielanej i niepodzielanej przez innych w dyskusji grupowej	380
Rysunek 11.2. Wielkość wpływu mniejszości i większości	385
Rysunek 11.3. Dwa modele wyjaśniające wpływ obecności innych na poziom wykonania zadań	389
Rysunek 11.4. Polaryzacja grupowa	400
Rysunek 11.5. Komputerowa symulacja wzajemnych wpływów w grupie	415
Rysunek 12.1. Średnie wyniki mężczyzn i kobiet w trudnym teście matematycznym (...)	422
Rysunek 12.2. Postawy Polaków wobec kobiet i mężczyzn jako przełożonych	424
Rysunek 12.3. Ilustracja dwóch rozkładów, których średnie są odległe o 0,20 lub 0,80 lub 2,00 odchylenia standardowego	426
Rysunek 12.4. Odsetki kobiet zajmujących różne pozycje w hierarchii akademickiej w Polsce (...)	439
Rysunek 12.5. Odsetki kobiet i mężczyzn w różny sposób odpowiadających na pytanie o zdradę	450

Spis tabel

Tabela 1.1. Podstawowe dziedziny badań psychologii społecznej i typowe problemy, jakie są przez nie podejmowane	18
Tabela 1.2. Charakterystyka podstawowych perspektyw teoretycznych psychologii społecznej	28
Tabela 1.3. Odsetki osób ulegających próbom wpływu w różnych warunkach . . .	32
Tabela 1.4. Cechy najczęściej poszukiwane przez kobiety i mężczyzn przy celu matrymonialnym i towarzyskim (...)	41
Tabela 1.5. Zalety i ograniczenia podstawowych metod badawczych psychologii społecznej	50
Tabela 2.1. Stereotypy a poziom przypominania i wykonania w zadaniu równoległym...	76
Tabela 2.2. Wpływ ceny wywoławczej domu na własne oszacowanie jego rzeczywistej wartości (...)	83
Tabela 2.3. Asymilacja i kontrast w ocenie partii politycznych (...)	91
Tabela 3.1. Spostrzeganie przyczyn sukcesu lub porażki na wymiarach umiejscowienia, stałości i kontrolowalności	101
Tabela 3.2. Odsetki osób uważających, że ludzie w Polsce stają się coraz mniej lub coraz bardziej „x” (nazwa cechy) (...)	125
Tabela 4.1. Najważniejsze mechanizmy autowaloryzacji i ich główne przejawy . .	156
Tabela 5.1. Postawa jako rezultat przekonań według modelu postawy doskonale	

racjonalnej	186
Tabela 5.2. Postawy wobec środowiska (...)	210
Tabela 6.1. Wpływ nastroju i jakości argumentacji na zmianę postawy (...)	240
Tabela 6.2. Skuteczność różnych technik uodparniania na kontrapropagandę (...) . .	242
Tabela 8.1. Główne typy zachowań wiążących (...)	293
Tabela 8.2. Trzy style przywiązania w bliskich związkach	296
Tabela 8.3. Skale Intymności, Namiętności i Zobowiązania (...)	297
Tabela 9.1. Przewidywany rodzaj reakcji w sytuacji kryzysowej w warunkach małych i dużych kosztów udzielenia i zaniechania pomocy	318
Tabela 9.2. Związki oparte na wymianie i na wspólnocie (...)	334

Tabela 9.3. Cztery podstawowe typy relacji społecznych	342
Tabela 10.1. Natężenie agresji wyrażone długością szoku zadawanego ofierze (...)	351
Tabela 10.2. Wychowanie w kulturze honoru a reakcje na prowokację	357
Tabela 10.3. Porównanie względnej siły wyznaczników agresji (...)	368
Tabela 11.1. System analizy procesu interakcji Balesa i różnicowanie się ról w malej grupie zadaniowej	379
Tabela 11.2. Efekt próżniactwa społecznego (...)	393
Tabela 11.3. Czynniki modyfikujące efekt próżniactwa społecznego (...)	395
Tabela 11.4. Klasyfikacja zadań grupowych	399
Tabela 11.5. Podstawowe różnice między strategią punktową i przedziałową	404
Tabela 11.6. Związek pomiędzy cechami osobowości a zajmowaniem pozycji lidera (...)	406
Tabela 11.7. Różne ujęcia empiryczne dwóch podstawowych stylów kierowania .	409
Tabela 11.8. Dobre i złe strony pięciu podstaw władzy (...)	412
Tabela 12.1. Treść stereotypu męskości i kobiecości (...)	419
Tabela 12.2. Zróżnicowanie płci pod względem zdolności (...)	429
Tabela 12.3. Zróżnicowanie płci pod względem cech osobowości (...)	432
Tabela 12.4. Zróżnicowanie płci pod względem funkcjonowania społecznego (...)	437
Tabela 12.5. Zróżnicowanie płci pod względem zachowań heteroseksualnych (...)	440
Tabela 12.6. Problemy związane z wyborem partnera związku krótko- i długoterminowego przez mężczyzn i kobiety	447

Psychologia społeczna jest fascynującą dziedziną myśli ludzkiej i badań z trzech powodów, które staram się w tej książce pokazać.

Po pierwsze dlatego, że dotyczy praktycznych problemów ważnych w życiu każdego człowieka. Każdy z nas wpływa na innych i ulega ich wpływom, stara się zrozumieć ludzi i przewidzieć ich postępowanie, komunikuje się z ludźmi i należy do różnych grup społecznych, działa na rzecz lub przeciwko innym, kogoś lubi, a kogoś nie znosi, a więc robi, myśli i czuje wszystko to, co jest przedmiotem rozważań tej książki. Krótko mówiąc, każdy człowiek jest praktykiem psychologii społecznej, nawet kiedy nie zdaje sobie z tego sprawy, tak jak pan Jourdain nie zdawał sobie sprawy z tego, że mówi prozą. Czytając tę książkę można przekonać się, jak dalece psychologia społeczna dotyczy rzeczywistych problemów - każdego z nas jako jednostki, a także i naszego społeczeństwa jako całości. Aby ten związek podkreślić, w każdym rozdziale zamieściłem dwa wydzielone bloki tekstu zatytułowane ogólnie *Z ŻYCIA*, gdzie omawiam różne konkretne problemy życiowe napotykane przez każdego człowieka (np. Czego kobiety chcą od mężczyzn, a czego mężczyźni chcą od kobiet? Czy reklamy działają na podświadomość? Jak rozwód wpływa na dobrostan dzieci?), czy przez człowieka żyjącego w naszym społeczeństwie (Dlaczego Polacy źle myślą o świecie społecznym? Czy Polacy są optymistami? Jak przedstawiają się postawy Polaków wobec kobiet i mężczyzn jako szefów w pracy?).

Po drugie, psychologia społeczna jest fascynująca dlatego, że opiera się na faktach, a nie na mniemaniach. Za prawdziwe przyjmuje tylko takie twierdzenia o człowieku, których trafności dowodzą badania empiryczne, a nie np. mniemania powszechnie przyjmowane albo formułowane przez autorytety. Wskutek tego, w ostatnich dekadach mamy do czynienia z dosłownie lawiną badań psychologicznych, co pozwala odróżnić ziarno od plew, czyli odróżnić fakty rzeczywiste od rzekomych. Na przykład w zakresie psychologicznych różnic między kobietami i mężczyznami, które na tyle ludzi interesują, że poświęcam tym różnicom cały rozdział, ogłoszono bardzo wiele poglądów, nierzadko dość egzotycznych. Wiele z nich okazało się nieprawdą w świetle dosłownie setek badań. Kryterium odróżniania prawdy od nieprawdy jest dosyć proste - liczy się powtarzalność wyników uzyskanych za pomocą wiarygodnych metod. Współczesna psychologia naukowa uznaje za prawdziwe tylko takie wyniki, które udało się uzyskać wielokrotnie, nierzadko z udziałem tysięcy badanych osób. Służy temu szczególna metoda nazywana metaanalizą, która traktuje wyniki całego badania w taki sposób, jak zwykle traktuje się wyniki pojedynczej osoby badanej. Technika metaanalizy jest szczegółowo omawiana dopiero w ostatnim rozdziale, ale rozważania wszystkich rozdziałów opierają się w dużym stopniu na wynikach metaanaliz.

Po trzecie, psychologia społeczna jest fascynująca dlatego, że pozwala na różne sposoby zrozumieć i wyjaśnić dlaczego ludzie robią to, co robią. „Nauka jest zbudowana z faktów, tak jak dom z kamieni. Jednak kolekcja faktów nie jest

nauką, podobnie jak kupa kamieni nie jest domem" - jak wyraził się znakomity matematyk Jules Poincare. Tym, co nadaje faktom sens, spójność i czyni je budowlą wiedzy jest teoria. Psychologia nie dopracowała się jednej powszechnie przyjętej teorii psychiki i zachowania (takie wszechogarniające wizje budowano z upodobaniem w początkach ubiegłego wieku, dziś jednak wiemy, że były one ogólnikowe i nazbyt ambitne). Być może taka ogólna teoria nigdy nie powstanie, gdyż człowiek jest zbyt skomplikowany i nie do końca poznawalny. A być może brak ogólnej teorii wynika z tego, że psychologia jest uprawiana jako nauka niewiele ponad sto lat, choć np. matematyka i astronomia są uprawiane od tysiącleci (zastanawiające, że nauka o wiele później zajęła się psychiką niż odległymi gwiazdami). Tak czy owak, współczesna psychologia społeczna buduje wiele teorii pozwalających powiązać znane fakty w spójne narracje wyjaśniające, w jaki sposób dochodzi do tego, że ludzie postępują, myślą i czują w ten, a nie inny sposób. Wielość teorii czyni uprawianie psychologii tym ciekawszym, że można sprawdzać, która z wykluczających się koncepcji jest bardziej prawdziwa. Ponieważ fakty są niczym pojedyncze kolorowe szkiełka w kalejdoskopie, a dopiero teorie to całe obrazy, które cieszą umysł, w książce tej poświęciłem sporo uwagi teoriom psychologii społecznej. W zakończeniu każdego z rozdziałów przedstawiam pod nagłówkiem *KONCEPCJA* ważniejsze teorie, które wykraczają swoim zakresem poza problematykę pojedynczego rozdziału.

Książka ta jest podręcznikiem wprowadzającym w podstawy psychologii społecznej ze szczególnym uwzględnieniem polskich realiów i dorobku rodzimych autorów. Potoczna wiedza o świecie społecznym, spostrzeganie ludzi i samego siebie, postawy, wartości i ich zmiana, sympatia i miłość, pomaganie innym i agresja, funkcjonowanie grup społecznych i psychiczne zróżnicowanie płci -to wszystko składa się na 12 rozdziałów książki, obejmujących niemal cały kanon tej dyscypliny. Każdy rozdział zakończony jest listą ważniejszych wprowadzonych w nim pojęć. Większość tych pojęć została ponadto zdefiniowana w zamieszczonym na końcu książki słowniku. Zagłądanie do słownika ułatwi lekturę poszczególnych rozdziałów w dowolnej kolejności. Przyjąłem, że Czytelnika tej książki o wiele bardziej interesują ludzie niż wewnętrzne problemy zajmującej się nimi nauki. Dlatego unikam rozważań definicyjnych (zwykle przyjmuję definicje najczęściej używane, lub po prostu takie, które wydają mi się rozsądne) i szczegółów metodologicznych. Większość uwagi skupiam natomiast na prawidłowościach rządzących ludzką psychiką i postępowaniem, starając się pokazać, w jaki sposób psychologia społeczna odpowiada na pytanie, kim jest człowiek.

Trud krytycznego przeczytania całej książki zadali sobie Róża Bazińska i Wiesław Baryła, któremu zawdzięczam ponadto wiele inspirujących dyskusji o psychologii i nauce w ogóle, a także pomoc w odnalezieniu wielu materiałów wykorzystanych w tej książce. Dziękuję im i wielu moim studentom, bez których zainteresowania nie powstałaby nigdy ta książka. Bardzo dziękuję także mojej rodzinie. Nie tylko za to, że wytrzymała mnie podczas długiego okresu pisania tej książki, ale i za to, że jest.

Sopot-Warszawa, kwiecień 2002

ROZDZIAŁ 1

CZYM I JAK ZAJMUJE SIĘ PSYCHOLOGIA SPOŁECZNA

1.1. CZYM ZAJMUJE SIĘ PSYCHOLOGIA SPOŁECZNA?

Psychologia społeczna zajmuje się szeroko pojętym wpływem społecznym, a więc pytaniem, w jaki sposób to, co robią, czują i myślą jedni ludzie wpływa na to co robią, czują i myślą inni. Wzajemne wywieranie wpływu przez jednych ludzi na drugich jest istotą życia społecznego: ekspedientka namawia klientkę do zakupu nowego szamponu, rodzice próbują wpłynąć na syna, by zmienił towarzystwo; córka przekonuje rodziców do swojego wybranka, reklamy telewizyjne pokazują od najlepszej strony polityka startującego w wyborach, szantażysta skutecznie wymusza pieniądze, a oszust je wyłudza, udając ociemniałego... Podobnych przykładów można wymienić tysiące. Wskazują, że każdy z nas jest praktykiem wpływu społecznego - sprawcą i obiektem licznych wpływów, bez których nasze kontakty z innymi i w ogóle życie społeczne byłoby zupełnie niemożliwe. Po lekturze tej książki możemy stać się po trosze także teoretykami wpływu, nabierając wiedzy, kiedy i dlaczego niektóre z tych prób wywierania wpływu okazują się skuteczne, a inne nie.

Samo pojęcie wpływu jest jednak tak ogólne, że z podanej definicji psychologii społecznej trudno zorientować się w jej przedmiocie. Przyjrzyjmy się zatem tabeli 1.1, która wylicza główne dziedziny zainteresowań tej dyscypliny i typowe pytania, na które próbuje odpowiedzieć.

1.2. PODSTAWOWE PODEJŚCIA TEORETYCZNE

Psychologia społeczna (podobnie jak psychologia w ogóle) nie dysponuje obecnie żadną ogólną teorią wyjaśniającą w jednolity sposób wszystkie, czy choćby większość wpływów społecznych, jakie ludzie nawzajem na siebie wywierają. Wszechogarniające teorie psychiki (jak psychoanaliza czy behaviorizm) tworzono z upodobaniem w końcu XIX i początkach XX wieku, jednak dziś wiemy, że były one jedynie spekulacjami na wyrost. Współczesna psychologia społeczna tworzy natomiast wiele teorii o małym lub średnim zasięgu, próbujących wyjaśnić albo jedno zjawisko (np. wpływ obecności

Tabela 1.1. Podstawowe dziedziny badań psychologii społecznej i typowe problemy, jakie są przez nie podejmowane

Dziedzina badań	Typowe problemy
wiedza człowieka o świecie społecznym	Dlaczego różni ludzie odmiennie interpretują tę samą informację? Jak zorganizowana i używana jest posiadana przez człowieka wiedza? Dlaczego ludzie popadają w stereotypy i skąd się one biorą?
spostrzeganie ludzi	W jaki sposób wnioskujemy o człowieku na podstawie jego postępowania? Czy nasze sądy o innych ludziach są trafne? W jaki sposób formułujemy oceny dotyczące innych ludzi?
ja i wizerunek własnej osoby	Co i dlaczego człowiek sądzi na własny temat? Jak ludzie bronią i podtrzymują poczucie własnej wartości? Jak ludzie wywierają pożądane wrażenie na innych?
postawy	Skąd biorą się ustosunkowania (postawy) do ludzi i innych obiektów? Jak postawy wpływają na rozumienie świata? Kiedy ludzie postępują w zgodzie ze swoimi opiniami i postawami?
komunikacja i perswazja	Jacy nadawcy są wiarygodni? Jakie przekazy skutecznie zmieniają ludzkie opinie? Jakie środki przekazu są bardziej skuteczne od innych?
normy i wartości	Jakie wartości ludzie wyznają, które są dla nich ważne, a które mało ważne? Jaka jest wewnętrzna organizacja systemu wartości? Jakie normy ludzie wyznają i kiedy wpływają one na ich zachowanie?
wywieranie wpływu	Kiedy i dlaczego ludzie są konformistyczni? Dlaczego ulegamy niepożądanemu wpływowi innych? Jakie są skuteczne techniki manipulowania innym człowiekiem?
atrakcyjność i miłość	Kogo i za co lubimy? Skąd się bierze miłość i na czym polega? Czego mężczyźni chcą od kobiet, a czego kobiety od mężczyzn?
prospołeczność	Dlaczego ludzie działają na rzecz innych? Jakie czynniki nasilają prospołeczność? Jak ludzie reagują na pomoc innych?
agresja	Dlaczego ludzie są agresywni? Jakie czynniki nasilają agresję? Jak opanować i zahamować agresję?
konflikt	Jakie bariery psychiczne nasilają konflikt i utrudniają jego rozwiązanie? Jakie ludzie zachowują się w sytuacji konfliktu? Jak skutecznie negocjować rozwiązanie konfliktu?

grupa	Jakie mechanizmy integrują grupę w całość? Jak członkowie grupy wpływają na siebie nawzajem? Czy grupy działają skuteczniej od jednostek?
przywództwo	Co decyduje, że ktoś zostaje przywódcą? Jak skutecznie kierować grupą? Na jakich podstawach opiera się władza przywódcy?
relacje międzygrupowe	Co decyduje o przyjaznych lub wrogich relacjach międzygrupowych? Jakie są przyczyny konfliktów międzygrupowych? Jak redukować konflikty międzygrupowe?
zróżnicowanie płci	Jak stereotypy płci wpływają na losy ludzi? Jakie są rzeczywiste różnice między kobietami i mężczyznami? Jakie są źródła różnic między kobietami i mężczyznami?
psychologia stosowana	Jak nakłonić ludzi do zdrowego trybu życia (psychologia zdrowia)? Jak ukształtować środowisko polepszające samopoczucie i skuteczność działań (psychologia środowiska)? Jak skonstruować skuteczną kampanię wyborczą? (psychologia reklamy i marketingu)

innych na skuteczność działań zadaniowych), albo jedną klasę zachowań (np. zachowania agresywne). Niemniej różne teorie wpisują się w odmienne tradycje myślenia o społecznych zachowaniach człowieka. Najważniejsze z tych tradycji, czyli ogólnie pojętych sposobów teoretyzowania, to perspektywa: (1) poznawcza, (2) motywacyjna, (3) teorii uczenia się, (4) kulturowa i (5) ewolucyjna. Każda z nich w nieco inny sposób wyjaśnia zróżnicowanie i wzorce ludzkiej psychiki i zachowania. Każda próbuje też odpowiedzieć na nieco inne pytania, gdyż opiera się na odmiennych przekonaniach, kim jest człowiek, i co w związku z tym warto w nim wyjaśniać. Przyjrzymy się tym perspektywom, rozważając, w jaki sposób każda z nich podeszłaby do opisu i wyjaśnienia pewnego przypadku ciężkiej agresji - zdarzenia, które miało następujący przebieg. Na ulicy dużego miasta Marek podszedł do Jana Nowaka z prośbą o papierosa. Marek jest wysokim, dobrze zbudowanym 22-letnim absolwentem zasadniczej szkoły zawodowej, któremu nigdy nie udało się podjąć pracy zarobkowej. Żyje ze sprzedawania na ulicach sznurowadeł i pumeksu, z żebraniń oraz mniejszych lub większych kradzieży. Nowak ma 40 lat i jest niskim, nieco korpulentnym dyrektorem oddziału firmy ubezpieczeniowej, gdzie przed 10 laty podjął pracę, porzucając swój wyuczony zawód historyka sztuki, z którego nie dawało się wyżyć. Nowak z wyraźnym ociąganiem podał Markowi żadanego papierosa, a kiedy ten zaczął domagać się i pieniędzy, Nowak odpowiedział, że nie po to ciężko pracuje, by dawać swoje pieniądze darmożadom. Doszło do ostrej wymiany zdań, podczas której Marek zaatakował Nowaka, pobił go do utraty przytom-

ności i obrabował. Gdy Marek oddalał się z miejsca zdarzenia z portfelem Nowaka w kieszeni i jego elegancką teczką w ręku, zatrzymał go patrol policyjny. Podczas kontroli dokumentów na horyzoncie pojawił się oprzytomniały Nowak, Marek próbował więc wyrwać się policjantom. Doszło do szarpaniny, a kiedy Marek uderzył jednego z policjantów, ci obezwładnili go i - po zeznaniach Nowaka - zawieźli do aresztu pod zarzutem rozboju i czynnej napaści na funkcjonariusza policji. Ponieważ Marek ma już jeden wyrok z zawieszeniem za rozbój, tym razem nieodwołalnie trafi do więzienia na kilka lat.

1.2.1. Perspektywa poznawcza

Perspektywa poznawcza zakłada, że to, co człowiek czuje, myśli i jak się zachowuje, zależy przede wszystkim od procesów przetwarzania docierających doń informacji - od sposobu, w jaki rozumie bieżącą sytuację i napotykaną w niej ludzi. Sposób interpretacji zależy zaś od posiadanej już wiedzy i tego, jakie treści są w danym momencie aktywne.

Policjanci zapewne nie rozpoczęliby legitymować Marka, gdyby nie miał w ręku teczki Nowaka - elegancka aktówka wzbudziła podejrzenia, gdyż taki przedmiot zdecydowanie nie pasował do ich obrazu młodego bezrobotnego własnającego się po ulicach. Struktury wiedzy policjantów (jak kto na ulicy wygląda) zdecydowały więc o ich reakcji. Również o działaniach Marka decydowała treść jego wiedzy. Nowak idealnie pasował do schematu łatwej ofiary - podtatusiałego, słabego fizycznie, a przy tym „nadzianego” i pyszałkowatego faceta, który sam się prosi, by odchudzić mu portfel. Z kolei Nowak normalnie nie wdawałby się w pyskówki z niezbyt bezpiecznie wyglądającym drabem, ale właśnie wyszedł z komedii opowiadającej, jak to pewien historyk sztuki dzielnie poradził sobie z napaścią szajki dość nieudolnych bandytów na jego rodzinę. Odczuł więc przypływ nierealistycznej odwagi, której dawno by już nie było, gdyby Marek podszedł doń pół godziny później, albo oglądany film był czarnym kryminałem.

Podejście poznawcze upatruje przyczyny zachowania w bieżących interpretacjach sytuacji, zakładając, że o ich treści decydują oczekiwania, schematy czy zdroworozsądkowe teorie, przez pryzmat których ludzie patrzą na sytuację. Podejście to poświęca więc wiele uwagi problemowi, w jaki sposób te struktury wiedzy są zorganizowane, jak są wydobywane z pamięci, jak wpływają na rozumienie i zapamiętywanie odbieranych informacji itd. Wiele sytuacji można równie dobrze zinterpretować na kilka sposobów (np. Nowak rozpoznał sytuację jako przypadek „dzielnego historyka sztuki przeciwko głupiemu zbirowi”, choć mógł też ją rozpoznać jako przypadek „bezbronno człowieka przeciwko bandycie, którego nie warto prowokować”). Podejście poznawcze zakłada, że ludzie działają nie w świecie „obiektywnym”, lecz w świecie przez siebie skonstruowanym (zinterpretowanym), a więc koncen-

truje się na czynnikach sprawiających, że umysł wybiera raczej tę, a nie inną interpretację. Jednym z najprostszych, a najważniejszych jest „niedawność” użycia danej struktury wiedzy - jeżeli niedawno używaliśmy jakiejś wiedzy, to rośnie szansa ponownego jej użycia (co przyczyniło się do katastrofy Nowaka).

Wieloznaczność ludzkich zachowań i sytuacji społecznych jest znacznie dalej posunięta niż to na pierwszy rzut oka się wydaje. Nawet fizyczny atak mężczyzny na kobietę na ulicy wcale nie musi być interpretowany jako agresja. Przeciwnie, większość przechodniów nie podejmuje w takim przypadku żadnej interwencji, uważając, że jest to dalszy ciąg sprzeczki małżeńskiej czy pary kochanków (Shotland, Straw, 1976). Jak to możliwe? Na pewno sporą rolę odgrywa tu fakt, że taka interpretacja jest wygodna, gdyż zwalnia od odpowiedzialności za podjęcie jakiejś interwencji. Kluczowe jest jednak wspólne, społeczne konstruowanie znaczenia tego, co się dzieje, Przechodnie przyglądają się sobie, aby zinterpretować tę niejednoznaczną sytuację, widzą że nikt nie podejmuje interwencji (gdyż każdy się zastanawia) i dochodzą do wniosku, że to sytuacja, do której nie należy się wtrącać - kłótnia kochanków, a nie przypadek agresji. Oczywiście obserwowane zachowanie może być przejawem i jednego, i drugiego równocześnie. Jednakże nawet wtedy, kiedy dwie interpretacje tego samego zachowania są jednakowo stosowalne, ludzie wykazują silną skłonność do ograniczania swojej uwagi i wniosków tylko do jednej z nich. Np. obserwując licealistę, który skutecznie pomaga koledze w matematyce tak, że tamten zdaje samodzielnie maturę, ludzie koncentrują się albo na jego pomocności, albo sprawności. Choć obie te interpretacje są niesprzeczne, posługiwanie się jedną z nich silnie hamuje drugą (Wojciszke, 1994a). Interpretacja cudzych i własnych zachowań przypomina więc piłkę toczącą się po pagórkach - piłka zawsze wpadnie do dołka i zawsze będzie to tylko jeden dołek (znaczenie).

Podejście poznawcze jest najczęstszą perspektywą współczesnej psychologii społecznej, używaną do wyjaśnienia w zasadzie wszystkich zachowań społecznych. Czego człowiek by nie robił: czy pomaga innym, czy na nich napada, kupuje pastę do zębów, czy sprzedaje używany samochód - interpretacje zachowania partnerów, sądy, przewidywania i opinie odgrywają podstawową rolę jako wyznaczniki jego postępowania.

1.2.2. Perspektywa motywacyjna

Perspektywa motywacyjna koncentruje się na pobudkach ludzkiego działania - jakie motywy powodują ludźmi i skłaniają do określonych działań. Najogólniej rzecz biorąc zakłada się, że ludzie z reguły starają się maksymalizować własne zyski, a minimalizować straty. Jednak z takiego stwierdzenia niewiele jeszcze wynika, bowiem zyski i straty mogą być bardzo różnicowane wskutek powiązania z różnymi potrzebami i motywami. Wczesne

koncepcje często zakładały dominację jakiegoś jednego motywu (np. Freud uważał, że wszelkie działania są w istocie motywowane energią seksualną, zaś Adler - że dążeniem do mocy). Współcześnie zakłada się istnienie różnych podstawowych motywów, choć ich liczba jest raczej niewielka. Zapewne najsilniejszym motywem pozafizjologicznym jest autowaloryzacja - dążenie do utrzymania, obrony i podwyższenia dobrego mniemania o sobie. Jak przekonamy się w trakcie lektury tej książki, ten motyw samooceny ma w istocie nieskończenie wiele przejawów i daleko idącą zdolność do wyłączenia wszelkich innych dążeń, gdyby miały z nim być sprzeczne. Inne potężne motywy, to potrzeba budowania i podtrzymywania więzi społecznych, bezpieczeństwa, swobody wyboru i kontroli nad biegiem wydarzeń, utrzymywania trafnej orientacji w otoczeniu, potrzeba statusu i władzy.

Obok identyfikacji takich specyficznych motywów oraz warunków, które je wzbudzają i zaspokajają, podejście motywacyjne skupia się także na ogólnych prawidłowościach rządzących naszymi emocjami i motywacjami. Jedną z nich jest np. transfer pobudzenia emocjonalnego, który polega na tym, że siła pobudzenia emocjonalnego przeżywanego w danej sytuacji zależy nie tylko od bieżących bodźców, ale także od bodźców działających w niedawnych sytuacjach. Jeżeli poprzednia sytuacja była emocjonująca, to rośnie wielkość pobudzenia przeżywanego w sytuacji bieżącej (pobudzenie „przelewa się” ze starej sytuacji na nową), przy czym człowiek całość pobudzenia odczytuje jako wywołane bieżącą sytuacją. Często powoduje to nieadekwatnie silne reakcje. Tak było w przypadku Marka, który nierozsądnie wdał się w bójkę z policjantami, zapewne dlatego, że był wciąż jeszcze podniecony walką z Nowakiem i zachowanie policjantów przybrało dlań rozmiary prowokacji trudnej do zniesienia. Oczywiście odwołanie się do specyficznych motywów może też wyjaśnić dlaczego Marek dokonał napadu rabunkowego i dlaczego właśnie na Nowaka. Nowak zelżył Marka, nazywając go nierobem i traktując z góry, co u tego ostatniego wzbudziło motyw obrony samooceny i próby jej odbudowania przez atak. Ponieważ Marek niewiele umie i niewiele ma, fizyczna przemoc jest dla niego jedną z nielicznych dróg pokazania własnej wartości.

Motywacyjne wyjaśnienia różnych szczegółowych zjawisk są czasami przeciwstawiane poznawczym. Jednak najczęściej oba te podejścia uzupełniają się, gdyż podejście motywacyjne odpowiada na pytanie dlaczego człowiek działa (czyli skąd bierze się energia do działania), podczas gdy podejście poznawcze lepiej odpowiada na pytanie, dlaczego działa w taki właśnie sposób (czyli dlaczego owa energia jest użytkowana w ten, a nie inny sposób). Podejście motywacyjne jest również szeroko stosowane, gdyż większość ludzkiego zachowania (przynajmniej tego, które interesuje psychologię) ukierunkowana jest na realizację jakiegoś celu i nie sposób go do końca wyjaśnić bez wskazania motywu, dzięki któremu cel ów nabiera dla człowieka wartości.

1.2.3. Perspektywa teorii uczenia się

Perspektywa teorii uczenia się zakłada, że zachowanie ludzkie jest wyznaczane przeszłymi doświadczeniami - stanowi rezultat uczenia się na podstawie doświadczeń albo własnych, albo cudzych. Podstawowe mechanizmy uczenia się w oparciu o doświadczenia własne - to warunkowanie klasyczne i sprawcze.

Warunkowanie klasyczne to uczenie się znaczenia jakiegoś pierwotnie obojętnego bodźca dzięki temu, że systematycznie poprzedza on jakiś bodziec, który znaczenie już ma. Np. dla psa bodźcem nieobojętnym jest mięso (ślini się na jego widok i zbliża), zaś obojętnym - zapalona lampka. Jeżeli jednak lampka będzie kilkakrotnie zapalona przed pojawieniem się mięsa, stanie się ona bodźcem również nieobojętnym - na sam jej widok pies zacznie się ślinić, niczym na mięso, jak wykazały klasyczne badania Iwana Pawłowa. Na tej zasadzie uczymy się wielu reakcji emocjonalnych - po paru wizytach u dentysty sam widok białego fartucha czy zapach wiadomych chemikaliów może wywoływać dreszcz przerażenia.

Warunkowanie sprawcze to uczenie się znaczenia jakiejś pierwotnie obojętnej reakcji, dzięki temu, że po niej pojawia się jakiś pożądany stan rzeczy, albo unikamy czegoś niepożądanego. Jeżeli głodny szczur wbiega do klatki, wykonuje wiele różnych reakcji, z których większość nie prowadzi do żadnych konsekwencji. Jeżeli jednak naciśnięcie wystającej ze ściany dźwigni sprawia, że z sufitu wypada kulka karmy, szczur szybko uczy się powtarzania nagradzanej reakcji - po kilkunastu próbach biegnie natychmiast do dźwigni i ją naciska. Na tej zasadzie dziecko może się uczyć sprzątanía swojego pokoju - choć sama w sobie czynność ta jest niezbyt przyjemna, prowadzi do przyjemnych pochwał i przytulanek rodziców.

Wiele ludzkich zachowań jest wyuczanych na bazie konsekwencji nie własnego, lecz cudzego zachowania - ludzie uczą się, obserwując postępowanie innych i jego następstwa. Dziecko, które widzi rówieśnika skutecznie zabierającego zabawkę innemu dziecku, samo może nauczyć się takiego zachowania, szczególnie gdy pozostaje ono nieukarane i prowadzi do pożądanych (dla wykonawcy) konsekwencji. W ten sposób dzieci (i dorośli) mogą się uczyć zarówno pomagania innym, jak i przemocy - co jest ważnym problemem współczesnej cywilizacji, jako że dzięki telewizji ludzie widują dziesiątki, jeśli nie setki aktów przemocy dziennie.

Z punktu widzenia teorii uczenia się agresję Marka można wyjaśniać jako skutek warunkowania sprawczego. Dzięki temu, że jest wysoki i silny, jego agresja bywała już w przeszłości skuteczna, czyli nagradzana (wysocy mężczyźni są w ogóle nieco bardziej agresywni od niskich), a każda nagradzana reakcja przekształca się w miarę powtarzania w automatycznie wykonywany nawyk. Zważywszy środowisko marginesu społecznego, w jakim Marek się obraca i liczne filmy kryminalne, które z upodobaniem ogląda, podobnie jak

wielu rówieśników, z pewnością nie brak mu też okazji do uczenia się agresji przez obserwację zachowań innych ludzi.

1.2.4. Perspektywa społeczno-kulturowa

Jeszcze inaczej pozwala spojrzeć na agresję Marka perspektywa społeczno-kulturowa. Marek żyje w środowisku podobnych sobie młodocianych przestępców, a pozbawiony jest zupełnie kontaktów z takimi rówieśnikami, którzy studiują, czy pracują jako, powiedzmy, agenci ubezpieczeniowi. W środowisku Marka agresja jest nie tylko często obserwowana - jest ona po prostu normą, jako zwyczajny, najporęczniejszy sposób nabywania dóbr i wewnętrznej hierarchizacji grupy rówieśniczej. Jest to też jedyny wzorzec postępowania w różnych sytuacjach konfliktowych oddziałujący na Marka. Niska pozycja społeczna (rodzice są biedakami, ojciec alkoholikiem), niski poziom wykształcenia i źle wybrany zawód (jest tokarzem, a większość tego rodzaju robót współcześnie wykonują zautomatyzowane maszyny) sprawia, że jego szansa wyrwania się z przeklętego kręgu biedy jest bardzo niewielka. Kradzież i napady są dla Marka niemalże jedynym, a w każdym razie najmniej znojnym, sposobem na przetrwanie. W zupełnie innej sytuacji jest Nowak -jego wykształcenie okazało się co prawda niemalże równie chybione w sensie finansowym, ale skończył studia wyższe. To oraz znajomość języków obcych i komputera pozwoliło mu na znacznie większą plastyczność na rynku pracy i przekwalifikowanie się na intratną profesję.

Perspektywa społeczno-kulturowa zakłada, że człowiek jest wytworem socjalizacji w konkretnej grupie społecznej, która z kolei zanurzona jest w jakiejś szerszej kulturze. W różnych kulturach, a także różnych w grupach tej samej, szeroko pojętej kultury panują odmienne wartości, normy i wzorce postępowania. Stając się w miarę socjalizacji pełnym uczestnikiem jakiejś kultury, jednostka utożsamia się z tymi normami, a ich realizacja we własnym zachowaniu wyłania się jako warunek szacunku otoczenia i pozytywnej samooceny (zapewne Markowi większość z tego, co robił w życiu Nowak wydaje się nieestosowne dla mężczyzny). Choć obaj wyrosli w tym samym kraju, Marek i Nowak żyją w odrębnych światach społecznych, w których co innego jest pożądane czy normalne, a które rzadko się stykają poza wyjątkowymi okazjami, jak mecz narodowej reprezentacji w piłkę nożną.

Obok porównywania subkultur różnych grup czy warstw społecznych, perspektywa społeczno-kulturowa zajmuje się także porównywaniem osób z odmiennych kultur. Dużą popularnością szczególnie cieszą się porównania kultur indywidualistycznych (stawiających dobro jednostki ponad dobrem grupy, jak to ma miejsce w kulturach szeroko pojętego Zachodu) z kolektywistycznymi (stawiającymi dobro grupy ponad dobrem jednostki, jak to ma miejsce w kulturze chińskiej czy japońskiej). Niektóre zjawiska czy procesy wyglądające dla nas na uniwersalne, ogólnoludzkie, jak stawianie

własnego ja na pierwszym miejscu, mogą być w istocie ograniczone do kultur indywidualistycznych.

Trzecim typem badań prowadzonych z perspektywy społeczno-kulturowej są porównania osób pochodzących z tej samej kultury, ale badanych w różnych momentach historycznych. Historyczne zmiany zachodzące w kulturze bądź organizacji społeczeństwa mogą pociągać za sobą zmiany w zachowaniach i osobowości jednostek. Np. Janusz Czapiński (1994; 2001) wykrył na początku lat 90. „uziemięcie duszy polskiej”, czyli silne uzależnienie poczucia szczęścia i innych wskaźników dobrostanu psychicznego od różnych wskaźników obiektywnego położenia społecznego, jak wiek, poziom zarobków czy poziom wykształcenia. Polacy okazali się tym szczęśliwsi, im byli młodszy, lepiej wykształceni i lepiej zarabiali, a wpływ tych obiektywnych czynników na dobrostan okazał się w naszym kraju kilkakrotnie silniejszy niż np. w Stanach Zjednoczonych (gdzie o poczuciu szczęścia decyduje głównie osobowościowo uwarunkowany sposób doświadczania życia). Jednym z zaproponowanych przez Czapińskiego wyjaśnień tego zjawiska jest hipoteza transformacji systemowej. Wskutek przejścia z gospodarki socjalistycznej (gdzie wszyscy mieli z grubsza po równo, choć niewiele) do wolnorynkowej (gdzie niektórzy mają dużo, a inni bardzo mało), zarabiane pieniądze, wykształcenie i wiek zaczęły się liczyć nieporównanie silniej jako czynniki wpływające na obiektywną, a także subiektywną jakość życia. Rozumowanie to każe oczekiwać, że przed zmianą systemową pieniądze, wykształcenie i wiek słabiej lub wcale nie wpływały na poczucie szczęścia. Niestety, tej hipotezy nie udało się Czapińskiemu sprawdzić, ponieważ w okresie socjalizmu nie prowadzono w naszym kraju badań na reprezentatywnych dla całej populacji próbach z użyciem porównywalnych wskaźników dobrostanu (w myśl zasady „nie pytaj się o to, czego nie chcesz wiedzieć”).

Takich kłopotów nie miała Jeanne Twenge (2001) analizując, jak w latach 1931-1993 zmieniał się poziom asertywności (umiejętności stawania w obronie własnych praw) w społeczeństwie amerykańskim, które niewątpliwie jest najlepiej i najdokładniej przebadanym psychologicznie społeczeństwem świata. W latach tych bardzo wyraźnie zmieniał się status społeczny i zawodowy kobiet (mierzony np. odsetkiem kobiet kończących studia, pracujących zawodowo i zajmujących kierownicze pozycje w biznesie), podczas gdy położenie mężczyzn zmieniało się jedynie nieznacznie. Skłoniło to Twenge do sformułowania hipotezy, iż zmiany poziomu asertywności są silniejsze u kobiet niż u mężczyzn, co sprawdzała analizując wyniki 158 badań, w których w sumie wzięło udział ponad 46 tys. osób. Analiza poziomu asertywności jako funkcji daty badania wykazała, że w latach 1931-1945 asertywność kobiet wyraźnie rosła, w latach 1946-1967 wyraźnie malała, zaś w latach 1968-1993 ponownie rosła. Nie stwierdzono natomiast istotnych zmian w poziomie asertywności mężczyzn. W pierwszym z tych okresów pozycja społeczna kobiet rosła, m.in. wskutek tego, że podczas wojny zaj-

mowały one miejsca w biznesie zwolnione przez powoływanych do armii miliony mężczyzn. W drugim okresie, w czasach powojennej stabilizacji, pozycja kobiet spadała - zajmowały się w dużym stopniu rodzeniem i wychowywaniem dzieci ogromnego wyżu demograficznego, jaki miał wówczas miejsce. Wreszcie w okresie trzecim, trwającym do dziś, pozycja kobiet stale rosła w związku z postępującym równouprawnieniem płci. Analizy te wykazują więc istotny związek pomiędzy zmianami makrospołecznymi a asertywnością kobiet. Tego rodzaju wpływy nie ograniczają się jedynie do asertywności - np. w latach 1952-1993 wystąpił też bardzo silny wzrost lęku i neurotyzmu w populacji zarówno dorosłych, jak i dzieci, a wzrost ten był wyraźnie powiązany z różnymi wskaźnikami bezpieczeństwa (np. odsetek rozwodów czy pracujących zawodowo matek) zapewnianego przez otoczenie społeczne w okresie dzieciństwa osób badanych (Twenge, 2000).

1.2.5. Perspektywa ewolucjonistyczna

Podobnie jak teoria uczenia się, perspektywa ewolucjonistyczna również wyjaśnia ludzkie zachowania jako skutek przeszłości, nie jest to jednak przeszłość jednostki i jej własne doświadczenia, lecz przeszłość całego gatunku. Kiedy w odległej przeszłości naszego gatunku pojawiła się, powiedzmy, taka cecha budowy organizmu, jak przeciwstawność kciuka, początkowo była ona niewielka. Nawet niewielka przeciwstawność jest jednak lepsza od żadnej - osobniki nią obdarzone miały większe umiejętności manipulacyjne i nieco lepiej radziły sobie ze zdobywaniem zasobów. Dzięki temu miały większą szansę na sukces reprodukcyjny - zostawiały po sobie liczniejsze potomstwo, a geny odpowiedzialne za przeciwstawność kciuka rozprzestrzeniały się coraz bardziej w kolejnych generacjach, gdyż zapewniały swoim nosicielom lepsze przystosowanie się do środowiska. Jak odkrył Karol Darwin, w ten sposób działa dobór naturalny, podstawowy mechanizm ewolucji.

Psychologowie ewolucyjni w podobny sposób myślą o wzorcach zachowania i leżących u ich podłoża mechanizmach psychologicznych. Takim prostym mechanizmem są różnego rodzaju lęki powszechnie występujące u ludzi - przed węzami, wysokością czy przed obcymi. Nasi przodkowie obdarzeni zdolnością doświadczania tych lęków mieli nieco większą szansę uniknięcia jadowitego ukąszenia, upadku z drzewa czy śmierci z rąk obcego osobnika własnego gatunku, szczególnie w dzieciństwie. Mieli więc większą szansę przetrwania i propagacji swoich genów, w przeciwieństwie do osobników nie znających lęku przed węzami, które zmarły bezpotomnie i nie zostały naszymi przodkami. Co prawda dziś już nie chodzimy po drzewach i lęk wysokości jest tylko kłopotem, jednak nasze do dziś widoczne preferencje są rozwiązaniem nie obecnych, lecz przeszłych problemów adaptacyjnych. Podobnie skłonność do pokarmów tłustych i słodkich - dla nas jest źródłem kłopotów z nadwagą, jednak dla naszych przodków taka preferencja była

pierwszorzędnym czynnikiem pozyskiwania pokarmu o wysokich wartościach odżywczych. W ten sposób psychologowie ewolucyjni wyjaśniają różne zachowania społeczne, jak tworzenie i utrzymywanie więzi, skłonność do podziału świata społecznego na kategorie „my” i „oni”, preferowanie określonych cech u partnera heteroseksualnego (czym kobiety i mężczyźni wyrażają się różnią - por. *Z ŻYCIA La* oraz rozdz. 12.3.2), dążenie do podwyższania statusu, pomagania innym i agresji.

Z ewolucyjnej perspektywy agresja Marka nie jest niczym szczególnym. Wszędzie na świecie znaczna większość (70-90%) zabójstw to dzieło mężczyzn skierowane przeciwko innym mężczyznom. Najczęściej zabójcami są młodzi mężczyźni, zaś ofiarami starsi od nich, inni mężczyźni. Jedno z wyjaśnień tego zjawiska zakłada, że młodzi mężczyźni zdobywają w ten sposób zasoby należące przeważnie do starszych mężczyzn, zaś zdobywają je na własne potrzeby i w celu pozyskania względów płci przeciwnej, która silnie preferuje mężczyzn z zasobami. Jednak agresja jest ryzykowną dla agresora strategią pozyskiwania dóbr, stąd też stosowana jest rzadko i przez mężczyzn nie mających dostępu do innych, mniej kosztownych strategii. Marek wyraża tu się różni od Nowaka, który nie musi się uciekać do tak ryzykownych strategii pozyskiwania dóbr - wystarczy, że chodzi codziennie do swojej dobrze płatnej pracy.

Wyjaśniliśmy zachowanie Marka na tyle sposobów, że wydaje się ono niemalże konieczne, a przynajmniej usprawiedliwione. Jednak wyjaśnić to tyle, co zrozumieć powody jakiegoś zjawiska, podczas gdy usprawiedliwienie oznacza ponadto akceptację zjawiska i jego przyczyn. Usprawiedliwianie wykracza poza naukę. Ogranicza się ona do samego wyjaśniania i to w dodatku nie tyle konkretnych zdarzeń (Marek napadł i obrał Nowaka) ile zjawisk, czyli zdarzeń jakiegoś typu (młody, silny, biedny mężczyzna ze złego środowiska napada i rabuje starszego, słabszego i zamożnego). Tabela 1.2 podsumowuje główne typy wyjaśniania w psychologii społecznej.

1.3. EKSPERYMENT I LOGIKA BADANIA W PSYCHOLOGII SPOŁECZNEJ

Psychologia społeczna jest nauką empiryczną, a więc za prawdziwe uznaje takie prawidłowości, których istnienie potwierdzają wyniki badań empirycznych nad tym, co ludzie robią, czują lub myślą. Jednokrotne uzyskanie jakiegoś wyniku nigdy jednak nie wystarcza do uznania go za wiarygodny, co jest konsekwencją zarówno ułomności pojedynczego badania empirycznego, jak i charakteru prawidłowości rządzących ludzką psychiką.

Prawidłowości psychologiczne mają charakter jedynie probabilistyczny, tzn. nie ma pewności ich pojawienia się, lecz jedynie jakaś na to szansa. Np. choć ogólnie rzecz biorąc, im bardziej ktoś jest do nas podobny, tym bardziej go lubimy, wcale nie zawsze tak się dzieje. Po pierwsze dlatego, że każda

Tabela 1.2. Charakterystyka podstawowych perspektyw teoretycznych psychologii społecznej

Perspektywa	Podstawowe tezy	Główne dziedziny zastosowań
poznawcza	• zachowanie i emocje zależą od sposobu rozumienia sytuacji • sposób rozumienia sytuacji wyznaczany jest przez posiadaną już wiedzę • zachowanie, emocje i sądy zależą od mechanizmów funkcjonowania umysłu (np. ograniczona pojemność uwagi)	• wszystkie dziedziny psychologii społecznej
motywacyjna	• zachowanie człowieka służy maksymalizacji własnych zysków • zachowanie jest ukierunkowane na cel • cele podporządkowane są ograniczonej liczbie motywów	• sposób pojmowania własnej osoby • wpływ społeczny • relacje społeczne (agresja, konflikty, prospołeczność, miłość)
teoria uczenia się	• zachowanie jest wynikiem uczenia się (albo przez konsekwencje własnych zachowań, albo przez obserwację cudzych) • nagradzane reakcje stają się automatycznie wykonywanymi nawykami	• socjalizacja • wpływ społeczny • agresja • zachowania prospołeczne
społeczno--kulturowa	• zachowanie i psychika człowieka zależy od treści kulturowo określonych wartości, norm i wzorców • ludzka psychika i zachowanie odmiennie przedstawiają się w różnych kulturach	• socjalizacja • wartości i normy społeczne • sposób pojmowania własnej osoby • zróżnicowanie płci
ewolucjonistyczna	• zachowania i wzorce przebiegu procesów psychicznych służą przetrwaniu • zachowania i wzorce przebiegu procesów psychicznych służą maksymalizacji sukcesu • reprodukcyjnego	• relacje heteroseksualne • zróżnicowanie płci • relacje społeczne (agresja, konflikty, prospołeczność)

prawidłowość obowiązuje jedynie w pewnych granicach - np. związek lubienia z podobieństwem załamuje się przy bardzo dużym natężeniu podobieństwa (pewna Ania ma poglądy tak bardzo podobne do naszych, że po prostu nas nudzi). Po drugie dlatego, że ludzkie funkcjonowanie jest podporządkowane wielu prawidłowościom równocześnie i często trudno orzec z góry, która z nich okaże się ważniejsza. Lubienie zależy od podobieństwa partnera, ale jeszcze silniej zależy od tego, jak partner nas traktuje (Ania

wielokrotnie próbowała nam zaszkodzić i źle się o nas wyrażała, wobec czego jej nie lubimy pomimo podobieństwa). Po trzecie, badaniu poddajemy zawsze jakieś konkretne osoby, w konkretnych warunkach, a specyfika tych osób i warunków może zamącić obraz ogólnych prawidłowości. Nawet oczywista zależność między podobieństwem a lubieniem może zupełnie zaniknąć, jeżeli w badanej przez nas grupie znajdzie się wiele skłóconych osób, np. dlatego, że pochodzą z klasy szkolnej, w której pojawiło się kilka skonfliktowanych grup. Pojedyncze badanie jest więc bardzo zawodną podstawą do wnioskowania o prawidłowościach ogólnych. Każde badanie obciążone jest jakimiś błędami wynikającymi z zastosowanych metod czy doboru jego uczestników. Ponieważ różne badania są obciążone różnymi błędami, dopiero wielokrotne powtórzenie studiów nad tą samą prawidłowością przy użyciu różnych metod pozwala prawidłowości „przedrzeć się” przez zakłócenia, jakimi obarczone są poszczególne badania.

Tak więc we współczesnej psychologii społecznej podstawą dowodzenia trafności twierdzeń są nie pojedyncze badania, lecz całe ich programy, choć punktem wyjścia jest oczywiście zawsze jakieś pojedyncze badanie, często eksperyment zbudowany na podstawie jakiejś obserwacji zdarzeń rzeczywistych. Przyjrzyjmy się logice empirycznego programu badawczego na przykładzie fascynującego ciągu badań Dariusza Dolińskiego i Ryszarda Nawrata (1994; 1998) nad wykrytą przez nich techniką wpływu społecznego, którą nazwali huśtawką emocjonalną. Przy okazji zanalizujemy zasady prowadzenia eksperymentu, który jest podstawową (choć bynajmniej nie jedyną) metodą współczesnej psychologii społecznej.

1.3.1. Eksperyment

Analizując wspomnienia osób przesłuchiwanym w więzieniach nazistowskich czy stalinowskich, autorzy ci zauważyli, że dosyć często pojawiają się w nich opowieści o pewnym szczególnym rodzaju przesłuchań. Zwykle przesłuchujący oprawca próbuje zmusić więźnia do zeznań za pomocą krzyków, gróźb czy tortur. Chwilami jednak łagodnieje i zaczyna traktować więźnia niczym starego przyjaciela. Załamanie przesłuchiwanego i złożenie obciążających zeznań często następuje w tym właśnie momencie ulgi, a nie największego natężenia strachu. Nawiązując do pewnych ogólniejszych prawidłowości funkcjonowania emocji, Doliński i Nawrat założyli, że choć strach wpływa na człowieka mobilizująco, następstwem nagłego zaniknięcia źródła strachu jest demobilizacja. W stanie takiej ulgi po uprzednim strachu (czyli wskutek h u ś t a w k i e m o c j o n a l n e j) człowiek powinien stawać się bardziej podatny na wpływy wywierane przez innych.

Uzbrojeni w tę hipotezę badacze wyruszyli na ulice Opola, gdzie wprawiali w stan huśtawki emocjonalnej przechodniów przekraczających ruchliwą ulicę w nieoznakowanym miejscu. Gdy już taka osoba zbliżała się do chodnika,

słyszała gwizdek policyjny (w rzeczywistości gwizdali Doliński z Nawratem), co zwykle powodowało nerwowe rozglądanie się za policjantem, który wlepi zaraz mandat. Jednak zamiast policjanta pojawiała się (co za ulga!) młoda dziewczyna, przedstawiając się jako studentka i prosząc w wypełnienie pewnego kwestionariusza. Choć było zimno i wietrzno, a wypełnianie kwestionariusza na ulicy było niewygodne, aż 59% przechodniów w stanie ulgi godziło się wyrzucić studentce tę przysługę. Jak wskazują dane z tabeli 1.3, był to większy odsetek niż w innej grupie przechodniów, którzy nie przeżywali akurat ulgi, choć także przeszli ulicę w nieoznakowym miejscu, ale nie potraktowano ich gwizdkiem, bądź też w ogóle nie przechodzili ulicy.

Zastosowana przez Dolińskiego i Nawrata metoda badawcza to eksperyment, którego istotą jest celowe wywoływanie jakiegoś zjawiska (czyli kształtowanie jego natężenia lub częstości) za pośrednictwem manipulowania jego przypuszczalnymi przyczynami w warunkach dobrze kontrolowanych przez badacza. Interesującym autorów zjawiskiem było uleganie wpływowi społecznemu, które zatem występowało w ich badaniu w roli zmiennej zależnej. *Z m i e n n a z a l e ż n a* to jakaś właściwość psychiki lub zachowania, pod względem której ludzie mogą się różnić, a badacze próbują w eksperymencie stwierdzić, od czego różnice te zależą (stąd nazwa - *zmienna zależna*). W omawianym badaniu wskaźnikiem ulegania wpływowi społecznemu był odsetek osób, które zgodziły się spełnić prośbę nagabujących je studentek, wypełniając wręczony przez nie kwestionariusz. Badacze starają się stwierdzić, co wpływa na zmienną zależną, manipulując *z m i e n n ą n i e z a l e ż n ą*, czyli przypuszczalną przyczyną zjawiska, które ich interesuje. U Dolińskiego i Nawrata zmienną niezależną była huśtawka emocjonalna - stan ulgi po ustąpieniu źródła strachu. Najprostszym sposobem takiej *m a n i p u l a c j i e k s p e r y m e n t a l n e j* jest wprowadzenie przypuszczalnej przyczyny zjawiska do warunków, w których bada się część osób i jej niewprowadzanie dla innej części badanych osób. Badani, u których przyczyna zostaje wprowadzona, nazywają się *g r u p ą e k s p e r y m e n t a l n ą*, a warunki, do których badacz ich przydzielił to warunki *e k s p e r y m e n t a l n e*. Badani, u których przyczyny nie wprowadzono nazywają się *g r u p ą k o n t r o l n ą*, a warunki, do których badacz ich przydzielił to warunki *k o n t r o l n e*. Z eksperymentem mamy więc do czynienia, kiedy istnieje przynajmniej jedna grupa kontrolna i jedna eksperymentalna (z reguły jest ich zresztą więcej) - inaczej nie ma czego porównywać. Jedynym wyjątkiem jest sytuacja, kiedy porównujemy funkcjonowanie tych samych osób w warunkach zarówno kontrolnych (przed zadziałaniem manipulacji), jak i eksperymentalnych (po manipulacji) - wówczas każdy badany sam dla siebie stanowi „grupę kontrolną”.

Przydział osób badanych do warunków eksperymentalnych lub kontrolnych odbywa się zawsze na zasadzie losowania - w najprostszym przypadku badacz rzuca monetą i w ten sposób decyduje, że wszystkie „orzeczki” wcho-

dzą do grupy eksperymentalnej (słyszą gwizdek), a wszystkie „reszki” - do grupy kontrolnej (bez gwizdka). Taki losowy przydział badanych do różnych warunków nazywa się *r a n d o m i z a c j ą* (w jęz. angielskim *random* - przypadek), a jego celem jest uzyskanie pewności, że osoby z grupy eksperymentalnej i kontrolnej różnią się tylko jedną jedyną własnością - w omawianym badaniu tym, że jedni znajdowali się, a drudzy nie, w stanie ulgi w momencie, gdy podchodziła do nich studentka z prośbą o wypełnienie kwestionariusza. Dzięki temu badacz może wnioskować, że różnice w podatności na wpływ społeczny są wywołane właśnie działaniem zmiennej niezależnej (ulgi) wprowadzonej przez manipulację eksperymentalną (Brzeziński, 1997). Za-uważmy, że wnioskowanie takie byłoby niemożliwe, gdyby np. badacz, przydzielając osoby do różnych warunków kierował się intuicją, powiedzmy, mówił sobie „zagwizdę na tego nieśmiałego faceta w berecie z antenką” albo „nie zagwizdę na tego nadętego w czerwonym szaliku”. Wówczas łatwo mógłby wkraść się nieuświadomiany przez badacza błąd polegający na tym, że do grupy eksperymentalnej przydzielani byłiby ludzie wyglądający na uległych, a do grupy kontrolnej - wyglądający na nieuległych. Ponieważ ludzie często bywają tacy, na jakich wyglądają, nie sposób byłoby rozstrzygnąć, czy różnica między grupą eksperymentalną i kontrolną wynika z zamierzonej manipulacji (stanu ulgi), czy raczej z tego, że w jednej grupie (eksperymentalnej) znaleźli się ludzie bardziej ulegli niż przeciętnie, a w drugiej grupie (kontrolnej) ludzie nieulegli. Randomizacja zapewnia więc badaczowi podstawową kontrolę nad przebiegiem badanego zjawiska w tym sensie, że dzięki jednej tylko różnicy między warunkami eksperymentalnymi i kontrolnymi badacz wie, co decyduje o odmiennym zachowaniu osób z obu tych grup. Choć wszystkie pozostałe różnice (np. ta, że jedni ludzie są z natury bardziej, a inni mniej ulegli) co prawda wskutek randomizacji nie znikają, ale też i nie nakładają się na manipulację (na zmienną niezależną), a więc nie wypaczają otrzymywanego w badaniu obrazu rzeczywistości.

Doliński i Nawrat przydzielali więc losowo niektórych przechodzących ulicę do warunków z gwizdkiem, niektórych do warunków bez gwizdka i stwierdzili, że w tych pierwszych warunkach ludzie częściej ulegali prośbie. Badanie zawierało jednak jeszcze drugą grupę kontrolną - losowo wybraną grupę przechodniów, których proszono o wypełnienie kwestionariusza, choć w ogóle nie przechodzili na drugą stronę ulicy. Wprowadzając drugą grupę kontrolną, badacze pragnęli wykazać co *n i e* decydowało o zachowaniu ich badanych - że mianowicie większa uległość nie była wywołana strachem, ani poczuciem winy przeżywanym przez przechodniów dopuszczających się drobnego wykroczenia (przeszli ulicę w nieoznakowanym miejscu). Jednak zachowanie drugiej grupy kontrolnej nie różniło się od zachowania pierwszej grupy kontrolnej - jedni i drudzy stosunkowo rzadko ulegali prośbie. Wprowadzenie dodatkowej grupy kontrolnej służyło więc również uzyskaniu większej kontroli badaczy nad badanym zjawiskiem - dzięki niemu wzrosła

ich pewność, że przyczyną nasilonej uległości był istotnie stan ulgi, a nie inne stany przeżywane przez badanych.

Tabela 1.3. Odsetki osób ulegających próbom wpływu w różnych warunkach poszczególnych eksperymentów składających się na program badań nad „huśtawką emocjonalną” (zacienione - warunki ulgi)

Eksperyment 1 (zmienna zależna: zgoda n wypełnienie kwestionariusza)	
przechodzący ulicę - gwizdek	59
przechodzący ulicę - bez gwizdka	46
idący wzdłuż chodnika	41
Eksperyment 2 (zmienna zależna: zgoda n wypełnienie kwestionariusza)	
kartka za wycieraczką	37
kartka na drzwiach	36
brak kartki	32
Eksperyment 3 (zmienna zależna: zgoda n wypełnienie kwestionariusza)	
reklama za wycieraczką	8
wezwanie na policję za wycieraczką	38
reklama na drzwiach	32
brak kartki	32
Eksperyment 4 (zmienna zależna: zgoda n udział w kweście)	
oczekiwanie na wstrząsy elektryczne	38
oczekiwanie na wstrząsy, potem wycofanie	53
Eksperyment 5 (zmienna zależna: złożenie datku pieniężnego)	
przechodzący ulicę - gwizdek	39
tylko prośba	76
prośba z uzasadnieniem pozornym	72
prośba z uzasadnieniem rzeczywistym	72
przechodzący ulicę - bez gwizdka	11
tylko prośba	15
prośba z uzasadnieniem pozornym	58
prośba z uzasadnieniem rzeczywistym	58

Źródło: Doliński, Nawrat (1994; 1998).

1.3.2. Replikacje i logika programu badawczego

Wynik pierwszego eksperymentu potwierdził więc hipotezę huśtawki emocjonalnej. Mimo tego, Doliński i Nawrat (1998) postanowili dokonać replikacji (powtórzenia) tego wyniku w kilku innych eksperymentach, ponieważ zdawali sobie sprawę, że wynik pojedynczego badania jest mało wiarygodny - mogli przypadkowo natrafić na szczególnie uległe osoby w grupie z gwizdkiem (każda próba nieco odbiega od populacji, z której pochodzi - co nazywa się błędem próby), albo studentka mogła niechcący być miłsza dla osób z tej grupy itd. Dopiero efekt zreplikowany jest przekonujący - uzyskany także na innych osobach badanych, z użyciem innych osób badających i pomimo mniejszych lub większych zmian metody. Wszystkie wyniki przytaczane w tej książce to właśnie wyniki zreplikowane, uzyskane więcej niż jeden raz. Celem powtarzania badań jest z reguły

nie tylko prosta replikacja podstawowego efektu (prawidłowości), lecz także realizacja szeregu innych zamierzeń.

Pierwszym takim zamierzeniem Dolińskiego i Nawrata było polepszenie trafności wewnętrznej ich badania, czyli wielkości badanego efektu (różnicy między grupą eksperymentalną i kontrolną). Wzrost siły efektu uzyskuje się zwykle albo zwiększając natężenie manipulacji eksperymentalnej, albo oczyszczając ją z jakichś niepożądanych elementów. W pierwszym badaniu różnice w uległości osób w stanie ulgi i w stanie neutralnym były niewielkie (13% lub 18% w zależności od rodzaju grupy kontrolnej), co autorzy przypisali brakowi jasnego sygnału przeminięcia zagrożenia. Niektórzy badani mogli zauważyć nieobecność policjanta dopiero w trakcie rozmowy ze studentką, inni - zanim jeszcze do nich podeszła itd. Dlatego następne badanie zaaranżowano w taki sposób, by sygnał ustąpienia zagrożenia był jednoznaczny i pojawiał się dla wszystkich w tym samym momencie. Tym razem badanymi byli kierowcy parkujący samochód w niewłaściwym miejscu - dochodząc do swego pojazdu już z daleka widzieli za wycieraczką kartkę o rozmiarach mandatu. Kiedy jednak odwracali kartkę okazywało się, że to nie mandat (co za ulga!), lecz reklama Vitapanu, nieistniejącego środka na porost włosów. I tutaj pojawiała się studentka z prośbą o wypełnienie kwestionariusza potrzebnego jej do pracy magisterskiej. Tym razem zgodziło się aż 62% nagabniętych, znacznie więcej niż w grupie, gdzie kartka była przyklejona na bocznej szybie (a więc już z daleka wyglądała na reklamę, a nie mandat), bądź wcale nie było kartki, jak przekonują dane z tabeli 1.3. Ulepszenie metody manipulowania stanem ulgi doprowadziło więc do wzrostu różnicy między grupą eksperymentalną a kontrolną, czyli wzrostu trafności wewnętrznej badania.

Innym celem powtarzania badań jest eliminacja alternatywnych wyjaśnień zasadniczego efektu. W dotychczasowych dwóch badaniach ich uczestnicy z warunków eksperymentalnych nie tylko byli w stanie ulgi, ale także przeżywali strach, natomiast osoby z warunków kontrolnych nie przeżywały ani ulgi, ani strachu. Nie wiadomo więc, czy różnice między tymi osobami wynikały z samej ulgi, czy też ze strachu - całkiem rozsądne jest przecież przypuszczenie, że osoby zastraszone łatwiej ulegają prośbom niż niezastraszone. Aby to rozstrzygnąć, Doliński i Nawrat przeprowadzili kolejne badanie z kierowcami niewłaściwie parkującymi swoje samochody i stworzyli tym razem jeszcze jeden rodzaj warunków, w których kierowcy owi znajdowali za wycieraczką wezwanie na policję, w celu wyjaśnienia niewłaściwego parkowania. Bezpośrednio po przeczytaniu kartki podchodziła do nich studentka z prośbą o wypełnienie ankiety. Jak przekonują wyniki zamieszczone w tabeli 1.3 (Eksperyment 3), kierowcy z tej grupy - zapewne nadal jeszcze przeżywający strach - zgadzali się spełnić prośbę nieporównanie rzadziej niż kierowcy przeżywający ulgę (z grupy „reklama za wycieraczką”), a także kierowcy w stanie neutralnym

(z grup „reklama na drzwiach” i „brak kartki”). W ten sposób autorzy udowodnili, że wzrost podatności na wpływ społeczny wywołany jest nagłym wycofaniem źródła strachu, a nie samym strachem.

Eliminacja alternatywnych wyjaśnień jest niezbędnym elementem większości programów badawczych, ponieważ bardzo wiele zjawisk, które są przedmiotem zainteresowania psychologii społecznej, to zjawiska uwarunkowane wieloczynnikowo. Np. wzrost agresji pod wpływem alkoholu następuje z kilku różnych powodów - spadek lęku przed rewanżem, trudności z uwzględnianiem okoliczności łagodzących, spadek samokontroli, a nawet samo przekonanie, że się wypilo (por. rozdz. 10.2.5). Jeżeli zaś zjawisko ma wiele przyczyn, które mogą działać równocześnie, to eliminacja alternatywnych wyjaśnień jest niezbędna do ustalenia, która z możliwych przyczyn faktycznie wywołuje dane zjawisko. Np. niektórym badanym można dawać tonię z alkoholem, albo sam tonię, a niezależnie od tego połowę informować, że napój zawiera alkohol, bądź że go nie zawiera. Badając rzeczywisty poziom agresji w tych czterech grupach można się przekonać, czy agresję nasila faktyczne wypicie alkoholu, czy samo przekonanie, że się wypilo. Eliminacja alternatywnych wyjaśnień to podstawowy - obok wspomnianej już randomizacji - sposób realizowania kontroli badacza nad warunkami badania. Tak więc kontrola to tyle co zdolność badacza do określenia czynników wpływających na uzyskiwane w badaniu wyniki - albo przez ich wskazanie, albo przez zablokowanie działania innych.

Dotychczas opisane badania Dolińskiego i Nawrata były eksperymentami naturalnymi, w których manipulacja zmienną niezależną i pomiar zależnej odbywa się w zwyczajnym, naturalnym otoczeniu osoby badanej, choć zwykle jest ono lekko zmodyfikowane na potrzeby badania. Kolejne badanie miało natomiast charakter eksperymentu laboratoryjnego - całe odbyło się w sytuacji skonstruowanej przez badaczy w laboratorium. Nie dlatego, że opolscy kierowcy w końcu zaprzestali nagannego procederu parkowania w zabronionym miejscu, ale dlatego, że autorzy chcieli w ten sposób osiągnąć trzy następne cele. Pierwszym było polepszenie trafności zewnętrznej badań. Badanie jest trafne zewnętrznie wówczas, gdy jego wyniki można uogólniać na inne osoby i sytuacje niż faktycznie zbadane. Zatem wzrost trafności zewnętrznej osiąga się przez powtarzanie badań na odmiennych rodzajach osób badanych oraz z użyciem odmiennych manipulacji zmiennymi niezależnymi i różnorodnych sposobów pomiaru zmiennych zależnych. Mała trafność zewnętrzna jest częstym problemem badań laboratoryjnych z uwagi na to, że warunki laboratoryjne dość mocno odbiegają od tego, co dzieje się w przebiegu naturalnych interakcji społecznych. Dotychczas przedstawione badania nad huśtawką emocjonalną nie stwarzają takich kłopotów, ponieważ rozgrywały się dosłownie na ulicy. Jednak we wszystkich trzech zastosowano identyczny pomiar podatności na wpływ społeczny, czyli zmiennej zależnej - zawsze

było to spełnianie prośby o wypełnienie studentce kwestionariusza. Stąd też w Eksperymentcie 4 zastosowano zupełnie inny sposób pomiaru zmiennej zależnej, w inaczej skonstruowanych warunkach.

Osoby badane, którymi byli dla odmiany licealiści, proszono o udział w zbieraniu pieniędzy na ulicach Opola na rzecz dzieci z sierocińca. Uczestnikom zapowiedziano „badania nad różnymi umiejętnościami i zdolnościami” i podzielono losowo na trzy grupy. Jednej zapowiedziano udział w badaniu nad uczeniem się, gdzie za każdy błąd mieli otrzymać bolesne „kopnięcie” prądem elektrycznym. Drugiej zapowiedziano to samo, ale po pewnym czasie odwołano groźbę informując, że prowadzący badania profesor (Doliński) zmienił zdanie i że wezmą udział w innym badaniu, nad koordynacją wzrokowo-ruchową, gdzie z pewnością nie grozi im żadne rażenie prądem. Osoby z tej grupy zostały więc wprowadzane w stan ulgi. Wreszcie trzeciej grupie od początku zapowiadano badanie koordynacji wzrokowo-ruchowej. Jak przekonują dane z tabeli 1.3 (Eksperyment 4), badani w stanie ulgi znacznie częściej ulegali prośbie niż badani w stanie strachu (oczekujący na rażenie prądem) lub w stanie neutralnym (oczekujący na badanie koordynacji). Huśtawka emocjonalna okazała się raz jeszcze skuteczna - pomimo zmiany rodzaju osób badanych, zmiany manipulacji eksperymentalnej i zmiany sposobu pomiaru zmiennej zależnej.

Drugim celem tego eksperymentu było sprawdzenie trafności zastosowanej manipulacji, które zwykle polega na zbadaniu, czy wywołuje ona zamierzony przez badacza stan lub proces psychiczny. Kluczowym elementem huśtawki jest strach. Jeżeli zastosowane manipulacje wywoływały zamierzone przez autorów stany, to osoby oczekujące na wstrząsy elektryczne powinny być najbardziej zastraszone, osoby oczekujące na pomiar koordynacji powinny być najmniej załęcznione, zaś średnio załęcznione powinny być osoby, u których oczekiwanie zmieniło się z jednego na drugie (warunki ulgi). Oczekujący na badanie licealiści wypełniali kwestionariusz mierzący natężenie aktualnie przeżywanego lęku. Wskaźniki lęku w trzech porównywanych grupach okazały się dokładnie zgodne z przewidywaniami.

Trzecim celem tego eksperymentu było poszukiwanie moderatorów zależności między huśtawką emocjonalną a wzrostem podatności na wpływy społeczne. Moderator jakiejś zależności to czynnik, który decyduje o jej występowaniu lub nie. Całkiem rozsądne jest np. przypuszczenie, że moderatorem wpływu ulgi na podatność na wpływ społeczny w pierwszych trzech eksperymentach było poczucie winy. Uczestnicy tych badań dopuścili się jakiegoś wykroczenia (w niewłaściwym miejscu przechodzili przez ulicę lub parkowali samochód) i możliwe, że właśnie dlatego przeżywana przez nich ulga nasilała podatność na cudze prośby (jak przekonamy się w rozdziale 9.2.3 tej książki, poczucie winy nasila skłonność do pomagania innym). Stąd też Doliński i Nawrat zaprosili do badań licealistów, którzy niczego nie przeskrobali, przynajmniej tuż przed usłyszeniem skierowanej do nich prośby.

Gdyby poczucie winy odgrywało rolę moderatora rozważanej tu zależności, huśtawka emocjonalna powinna zaniknąć w tym badaniu. W rzeczywistości działała nadal, co sugeruje, że poczucie winy nie jest warunkiem występowania tego zjawiska.

Poszukiwanie moderatorów jest ważnym elementem programów badawczych, ponieważ oznacza ono poszukiwanie granic, w jakich prawidłowości psychologiczne obowiązują, a poznanie tych granic jest równie ważne jak poznanie samych prawidłowości. Uprzednio wspomniana zależność lubienia innej osoby od jej podobieństwa do nas samych przestaje obowiązywać przy maksymalnych stopniach podobieństwa. Samo natężenie podobieństwa jest więc moderatorem zależności podobieństwo-lubienie. Częstym moderatorem zależności omawianych w tej książce jest płeć. Jak przekonamy się np. w rozdziale 10, czynnikiem często wywołującym agresję jest prowokacja, jednak związek prowokacja-agresja jest znacznie silniejszy u mężczyzn niż u kobiet, czyli płeć jest moderatorem zależności prowokacja-agresja. Warto dodać, że płeć nie jest moderatorem huśtawki emocjonalnej - występuje ona z jednakową siłą i u mężczyzn, i u kobiet.

Kolejnym i w pewnym sensie najważniejszym etapem programu badawczego jest poszukiwanie mediatorów badanej zależności. *M e d i a t o r* (pośrednik) to tyle, co proces lub stan psychiczny pośredniczący między zmienną niezależną (przyczyną), a zmienną zależną (skutkiem). Znaleźć mediator jakiejś zależności to tyle, co odpowiedzieć na pytanie, *d l a c z e g o* ona występuje, podczas gdy *znaleźć* moderator to tyle, co odpowiedzieć na pytanie, *k i e d y* (w jakich warunkach) ona występuje. Znalezienie mediatora jakiejś zależności jest więc równoznaczne z empirycznym dowodem na wyjaśnienie tej zależności. A ponieważ wyjaśnianie jest najważniejszą funkcją teorii, poszukiwanie mediatorów można uważać za najważniejszy element programu badawczego. Moderatory i mediatory identyfikuje się za pomocą odmiennych, precyzyjnie określonych metod statystycznej analizy danych (Baron, Kenny, 1986).

Dlaczego nagle wycofanie zagrożenia wywołuje wzrost podatności na wpływ społeczny? Zważmy, że cztery dotąd omówione eksperymenty nie pozwalają udzielić odpowiedzi na to pytanie, choć pozwalają wykluczyć niektóre możliwości. Doliński i Nawrat postawili hipotezę, że powodem takiego działania ulgi jest swoista bezmyślność, w jaką człowiek popada w tym stanie. Po nagłym ustąpieniu zagrożenia człowiek tak jeszcze pochłonięty jest myśleniem o przeszłości („ale mi się ugięły kolana”) i o tym, co mogłoby się stać („a co by było, gdyby mnie jednak złapali”), że brak mu zasobów operacyjnych umysłu, by w przemyślany sposób przetwarzać aktualnie dochodzące doń informacje. W konsekwencji, przetwarzanie informacji staje się bezrefleksyjne i człowiek łatwiej ulega pojawiającym się prośbom, czy naciskom ze strony innych.

Aby sprawdzić to rozumowanie, autorzy zaaranżowali jeszcze jeden eksperyment, w którym elegancko ubrana para studentów zbierała pieniądze

w kweście ulicznej na rzecz dzieci upośledzonych. Studenci podchodzili do co dziesiątego samotnego przechodnia i potrząsając puszką, mówili: „Przepraszam pana. Zbieramy pieniądze. Czy mógłby nam pan dać trochę pieniędzy?” - były to warunki „tylko prośba”. W warunkach uzasadnienia rzeczywistego kwestujący dodawali: „Jesteśmy z organizacji *Studenci dla Dzieci Upośledzonych*. Czy mógłby pan włączyć się do naszej akcji, bo chcemy zebrać tak dużo pieniędzy jak to możliwe, aby pokryć koszt wakacyjnego obozu dla kilkorga dzieci upośledzonych umysłowo?”. Wreszcie w warunkach uzasadnienia pozornego (wypowiedzi w formie uzasadnienia, lecz nieprzedstawiającej żadnych argumentów) kwestujący mówili: „Czy mógłby nam pan dać trochę pieniędzy, ponieważ chcemy zebrać tak dużo pieniędzy, jak to tylko możliwe?”. Autorzy zakładali, że w normalnych warunkach ludzie będą dostrzegać pozorność uzasadnienia i dawać pieniądze równie rzadko, jak w warunkach braku uzasadnienia. Natomiast w warunkach „bezmyślności” wywołanej ulgą (ponownie policyjny gwizdek w odniesieniu do osób nieprawidłowo przechodzących ulicę) nie będą w stanie precyzyjnie przetworzyć tej informacji i zareagują na uzasadnienie pozorne w taki sam sposób jak na rzeczywiste. Wyniki przedstawione u dołu tabeli 1.3 dokładnie potwierdziły te przewidywania. Powodem (mediatorem) wzrostu podatności na wpływy społeczne w sytuacji ulgi jest więc zapewne swoista „bezmyślność”, czyli brak operacyjnych zasobów umysłu, które są niezbędne do obrony przed naciskiem innych.

„Powtarzanie jest matką wiedzy” -powiada znana maksyma, nawiązująca do losu średniowiecznych żaków, którzy uczyli się łaciny, chóralnie powtarzając za magistrem zdania w tym języku. Konkludując dotychczasowe rozważania powiemy, że powtarzanie jest także matką wiedzy psychologicznej i zasadą budowania programów badawczych, tyle że nie jest to powtarzanie mechaniczne, ale ciąg systematycznie i częściowo modyfikowanych badań. Pewne elementy dokładnie się powtarzają, inne zaś są celowo zmieniane. Służy to co najmniej siedmiu następującym celom: (1) replikacji podstawowego efektu, (2) sprawdzaniu skuteczności manipulacji, (3) polepszaniu trafności wewnętrznej, (4) polepszaniu trafności zewnętrznej, (5) eliminacji alternatywnych wyjaśnień, (6) poszukiwaniu moderatorów efektu oraz (7) poszukiwanie mediatorów efektu. Współczesna psychologia akceptuje jako rzeczywiste tylko prawidłowości wielokrotnie uzyskiwane w programach badań, w których zrealizowano przynajmniej większość wymienionych celów.

.1.4. POZOSTAŁE METODY BADAWCZE

Eksperyment stanowi najważniejszą i modelową (najbliższą ideału) metodą badawczą większości dziedzin psychologii społecznej, ale nie jest on wolny od istotnych ograniczeń. Oczywiście, że przyczynami pewnych zjawisk

nie można manipulować, gdyż wiążą się one z cechami człowieka mało podatnymi na radykalne zmiany. Jeżeli np. interesuje nas problem, jak płeć czy inteligencja decydują o uleganiu wpływom społecznym, wszystko co możemy zrobić, to zablokować osoby badane w grupy według płci czy stopnia inteligencji, poddać je próbie wpływu i porównać różne grupy pod względem uległości. Nie możemy jednak (na szczęście!) manipulować ani płcią człowieka, ani jego inteligencją. W innych przypadkach manipulacje są teoretycznie możliwe, ale niewykonalne z powodów etycznych lub technicznych. Np. badając, jak podatność na wpływ społeczny zależy od samooceny osoby poddanej próbie wpływu, możemy skutecznie manipulować samooceną badanego, dostarczając mu informacji o tym, że dobrze lub źle wypadł w ważnym teście wypełnianym trzy dni wcześniej. Jednak dostarczanie negatywnej informacji zwrotnej może być nieetyczne, gdyż pogarsza dobrostan badanego. Można temu przeciwdziałać, starannie odkłamując po badaniu podane w nim informacje, choć nie wszyscy uważają, że to załatwia sprawę. Stąd też psychologia społeczna stosuje szeroki wachlarz metod uzupełniających eksperyment. Najważniejsze z nich to obserwacja, różnego rodzaju badania korelacyjne oraz modele zwierzęce i komputerowe.

1.4.1. Obserwacja

O b s e r w a c j a to zapis i jakaś kategoryzacja ludzkich zachowań (lub ich śladów) bez prób wpływania na ich przebieg. Metoda ta jest dosyć prosta w stosowaniu, nie wymaga od badacza szczególnie rozbudowanej wiedzy o tym, co chce badać (w przeciwieństwie do eksperymentu, gdzie badacz musi mieć hipotezy na temat przyczyn badanego zjawiska, by móc nimi manipulować) i ma wiele odmian. Jedną z nich to **o b s e r w a c j a s y s t e m a t y c z n a**. Jeżeli podejrzewasz, że nastrój zależy od pogody, możesz to sprawdzić wychodząc na ulicę i notując wyraz twarzy mijanych ludzi w dni pochmurne i pogodne. Wyraz twarzy przechodniów musisz skategoryzować, np. na trzy rodzaje: dobry, zły, neutralny. Jeżeli będziesz systematycznie obserwować przechodniów o różnych porach, w różnych dniach tygodnia i różnych miejscach miasta (aby wykluczyć zniekształcenie wyników przez fakt, że nastrój wielu osób jest lepszy rano niż wieczorem, w piątek niż w poniedziałek itd.), to zastosowałaś obserwację systematyczną.

Inną odmianą tej metody to **o b s e r w a c j a u c z e s t n i c z ą c a**, w której badacz występuje w roli jednego z członków obserwowanej grupy czy zbiorowości - oczywiście incognito, a więc nie zdradzając swojej tożsamości jako psychologa. Klasycznym przykładem są badania trzech młodych (podówczas) absolwentów psychologii (Festinger, Riecken, Schachter, 1956), którzy przyłączyli się do pewnej sekty religijnej. Najbardziej zafrapowało badaczy to, że sekta owa ogłosiła dokładną datę końca świata. Jako ludzie młodzi i sceptyczni założyli, że koniec świata nie nastąpi, natomiast na

pewno zdarzy się wtedy coś ciekawego w grupie, która w koniec ten wierzyła. A wierzyła bardzo mocno - na tyle, że jej członkowie porzucili pracę, swoje rodziny, psy i w ogóle wszelkie ziemskie sprawy, aby skupić się na oczekiwaniu końca świata, starannie izolując się od zewnętrznego otoczenia, a koncentrując na kontakcie ze Strażnikami - kosmicznymi istotami, które ich, wyznawców, mieli w ostatniej chwili wyratować i wywieźć w zaświaty na swoim kosmicznym statku. Leon Festinger i współpracownicy okazali się mieć podwójną rację. Po pierwsze, koniec świata nie nastąpił. Po drugie, w grupie śmiertelnie zawiedzionych wyznawców istotnie wystąpiło wiele ciekawych zjawisk. Najważniejsza była radykalna zmiana w stosunku grupy do świata zewnętrznego. Przed końcem świata grupa izolowała się, odmawiając kontaktu z mass mediami i w ogóle kimkolwiek. Po nieudanym końcu świata grupa rozpoczęła intensywną kampanię głoszenia swej wiary w nadziei na pozyskanie nowych członków. Dysonans między silną wiarą w koniec świata a bezlitosnymi faktami okazał się tak dotkliwy, że członkowie sekty pragnęli swoją wiarę (dla której przecież wszystko poświęcili) podbudować choćby w ten sposób, by pozyskać innych współwyznawców. Bowiem to, w co i jak mocno wierzą inni, jest ważnym psychologicznym dowodem słuszności naszej własnej wiary (choć nie jest dowód w sensie logiczny - to, że ktoś pragnie umrzeć za jakiś pogląd nie czyni go obiektywnie ani trochę bardziej prawdziwym). Obserwacja uczestnicząca owej sekty pozwoliła Festingerowi (1957) sformułować podwaliny swej teorii dysonansu poznawczego, koncepcji niegdyś bardzo popularnej, która wywarła trwałe i do dziś widoczny wpływ na sposób uprawiania psychologii społecznej (por. *KONCEPCJA I*).

Trzecią odmianą obserwacji jest analiza obiektywnych śladów ludzkich zachowań, w szczególności różnego rodzaju *a n a l i z y d a n y c h a r c h i - w a l n y c h* -a więc danych zebranych czy wytworzonych w trakcie naturalnych czynności ludzi, a nie dla celów badania naukowego. Przykładem jest analiza treści ogłoszeń matrymonialnych przedstawiona we wstawce *Z ŻYCIA La*. Klasycznym zastosowaniem tej metody była analiza czytanek szkolnych pokazująca, że w krajach o dużej produktywności ekonomicznej czytanki zawierają więcej treści kształtujących u dzieci potrzebę osiągnięć, niż w krajach o mniejszej wydajności pracy (McClelland, Winter, 1969).

Wielką zaletą obserwacji jest możliwość śledzenia przebiegu ludzkiego zachowania w jego naturalnym środowisku, co pozwala dowiedzieć się o istotnych sprawach. Np. obserwując agresję dzieci na terenie przedszkola i reakcje, z jaką spotyka się ona ze strony innych, wykryto, że aż 80% aktów agresji przedszkolaka prowadzi do uzyskania przezeń czegoś pożądanego - jak zabawka, terytorium, uwaga nauczycielki itd. (Patterson, Littman, Bricker, 1967). Choć prosta, obserwacja ta jest ważna, gdyż wskazuje na ogromną skuteczność agresji jako środka prowadzącego do bardzo różnych celów. Za powszechnością tego zachowania u ludzi może stać nie jego

„wrodzony” charakter, jak często mniemamy, ale po prostu niebywała skuteczność. Wyobraźmy sobie tylko, co by się działo w kolekturach toto-lotka, gdyby ludzie wykryli sposób wypełniania kuponu zapewniający wygraną w 80% zakładów! Inna zaleta obserwacji jest taka, że dysponowanie wytrenowanymi obserwatorami posługującymi się dobrze sprawdzonym systemem kodowania zachowań pozwala mierzyć takie aspekty ludzkiego zachowania, których nie sposób byłoby zmierzyć za pomocą innej metody. Przykładem jest system kodowania interakcji społecznych w małej grupie zadaniowej, opisany dokładniej w rozdziale 11.1.1 tej książki.

Obok tych zalet, obserwację cechuje także szereg oczywistych ograniczeń. Niektórych zachowań i procesów nie sposób zaobserwować, gdyż trwają zbyt długo (jak socjalizacja), są zbyt rzadkie (zabójstwo), lub ukrywane z różnych względów (seks, nieuczciwość). Obserwacja bywa podatna na wykrywanie zależności pozornych, które w rzeczywistości nie istnieją lub występują z innych powodów, niż obserwatorowi się wydaje. Np. gdybyśmy zauważyli, że ludzie częściej się uśmiechają w dni pogodne niż pochmurne, ale te pierwsze byłyby zawsze pod koniec tygodnia, zaś drugie na początku, to czynnikiem faktycznie działającym mogłaby być nie pogoda, lecz zbliżanie się weekendu z jego przyjemnościami - w przeciwieństwie do nawału pracy czekającej w rozpoczynających się dniach roboczych. Bystry badacz może zdawać sobie sprawę z ponurych „szewskich” poniedziałków i odpowiednio zrównoważyć dni tygodnia. Jednak jest duża szansa, że nawet bystremu badaczowi umknie któryś z czynników nakładających się na pogodę. Wskutek tego potraktuje swoje wyniki jako dowód na nieistniejącą zależność. Rzecz w tym, że dopóki badacz sam nie wywołuje badanych zjawisk za pomocą manipulowania ich przyczynami (jak w eksperymencie), dopóty nie ma nigdy pewności, co jest ich rzeczywistą przyczyną.

Wreszcie poważnym zagrożeniem dla wiarygodności obserwacji jest podatność jej wyników na tendencyjność obserwatora, w szczególności jego oczekiwania (często ulubione) co do wyników. Jeżeli jesteśmy silnie przywiązani do hipotezy, iż ludzie wpadają w lepszy nastrój przy dobrej pogodzie, oczekiwanie to może zniekształcić nasze kodowanie twarzy przechodniów - w pogodny dzień będziemy klasyfikować jako pogodne nawet takie twarze, które w dzień pochmurny zaliczymy do neutralnych. Hipotezy potoczne, jakie stawiamy na temat innych ludzi często stają się takimi sampotwierdzającymi się przepowiedniami (o czym szerzej mowa w rozdz. 3.3.3), a to samo dotyczy też często hipotez w nauce (Rosenthal, 1991a). Sprawia to, iż obserwacja jest metodą trudniejszą do stosowania, niż na pierwszy rzut oka się wydaje. Staje się bardziej wiarygodna po wykorzystaniu co najmniej dwóch zabiegów. Po pierwsze, posłużenie się obserwatorami nie znającymi hipotez (albo przynajmniej mało do nich przywiązanymi) - jeżeli nie mają silnych oczekiwań, te nie mogą zniekształcić ich obserwacji. Po drugie, posłużenie się dwoma lub więcej obserwatorami, dobrze prze-

szkolonymi w stosowaniu danego systemu kodowania. Obserwatorzy przeszkoleni lub dobrani z uwagi na swe kompetencje stają się sędziami kompetentnymi. Świadectwem trafności ich ocen jest sprawność w posługiwaniu się systemem kodowania zachowań, zaś świadectwem rzetelności - zgodność między ocenami różnych sędziów.

ZŻYCIA 1.a Czego kobiety chcą od mężczyzn, czego mężczyźni chcą od kobiet

Pytanie, czego kobiety chcą od mężczyzn od zawsze dręczy mężczyzn, podobnie jak kobiety dręczy pytanie, czego chcą od nich mężczyźni (z wyjątkiem chwil desperacji, kiedy pragniemy jedynie, by nikt od nas niczego nie chciał). Prostą drogą uzyskania odpowiedzi na te pytania wydaje się analiza prasowych ogłoszeń matrymonialnych. Wspólnie z Wiesławem Baryłą i Anną Downar zanalizowaliśmy ponad 700 takich ogłoszeń zamieszczonych w trójmiejskim tygodniku Anonse (specjalizującym się w ogłoszeniach drobnych). Tabela 1.4 przedstawia cechy najczęściej poszukiwane u płci przeciwnej przez kobiety i mężczyzn, którym przyświecał cel matrymonialny lub towarzyski.

Tabela 1.4. Cechy najczęściej poszukiwane przez kobiety i mężczyzn przy celu matrymonialnym i towarzyskim - w odsetkach ogłoszeń, w których dana cecha występuje

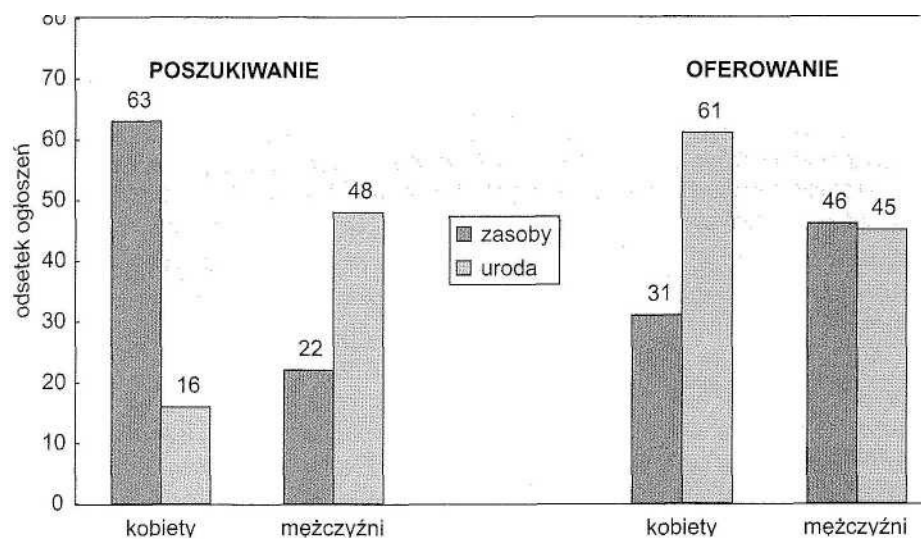
Przez kobiety		Przez mężczyzn	
Przy celu matrymonialnym			
bez zobowiązań	34	atrakcyjna	30
z wysoką pozycją społeczną	27	miła	23
wykształcony	26	czuła	21
kulturalny	25	szczupła	20
bez nałogów	25	bez zobowiązań	17
Przy celu towarzyskim			
z wysoką pozycją społeczną	76	atrakcyjna	23
niezależny finansowo	8	miła	23
atrakcyjny	8	bezpruderyjna	15
zaradny	6	z własnym mieszkaniem	13
wysoki	5	młoda	13

Źródło: Wojciszke, Baryła, Downar (2002).

Tabela pokazuje dość wyraźne różnice między kobietami i mężczyznami, a staną się one jeszcze bardziej uderzające, gdy z prostego „zbieractwa” danych przejdziemy do weryfikowania hipotez. Różne przesłanki omawiane dokładniej w rozdz. 12 tej książki pozwalają sformułować hipotezę, że kobiety częściej poszukują u płci przeciwnej zasobów materialnych niż urody i młodości, zaś mężczyźni - odwrotnie. Stąd też wyodrębniliśmy wszystkie ogłoszenia, gdzie wzmiankowano zasoby (występowała w nich przynajmniej jedna z następujących cech: wysoka pozycja społeczna, wysoka pozycja zawodowa, niezależność finansowa, posiadanie domu lub mieszkania, posiadanie samochodu) oraz takie, gdzie wzmiankowano urodę (występowała w nich przynajmniej jedna z następujących cech: atrakcyjność fizyczna lub jej synonimy, młodość, pożądana budowa ciała, seksowność, zadbanie i elegancja). Jak pokazuje rysunek,

znacznie więcej kobiet szukało partnerów z zasobami niż urodziwych, a znacznie więcej mężczyzn szukało partnerek obdarzonych urodą niż zasobami materialnymi. Prawa część rysunku przekonuje, iż przynajmniej kobiety potrafią dopasować oferowane przez siebie cechy do poszukiwań mężczyzn: znacznie częściej oferują bowiem urodę niż zasoby. Natomiast mężczyźni zdają się tu nieco gorzej zorientowani - oferują zasoby i urodę równie często, choć gdyby ich oferta miała dobrze pasować do oczekiwań kobiet, powinni częściej oferować zasoby, a rzadziej urodę.

Rysunek 1.1. Odsetki kobiet i mężczyzn, którzy w ogłoszeniach matrymonialnych poszukują i oferują cechy związane z zasobami materialnymi i z urodą



Źródło: Wojciszke, Baryła, Downar (2002).

Wieką zaletą ogłoszeń matrymonialnych jest ich autentyczność - są to ślady zachowań pojawiających się nie na użytek badacza, ale po to, by rozwiązać własny istotny problem życiowy. Ograniczeniem jest oczywiście niereprezentatywność osób uciekających się do tego dość nietypowego sposobu poszukiwania partnera (zapewne czymś się różnią od liczniejszych osób stosujących bardziej typowe sposoby - np. w naszych badaniach stwierdziliśmy, że aż 40% kobiet zamieszczających ogłoszenia matrymonialne to samotne matki). Jednak omawiane w rozdz. 12 badania próbek bardziej reprezentatywnych i posługujących się innymi metodami badawczymi również przekonują o różnicach przedstawionych na rysunku 1.1.

1.4.2. Badania korelacyjne

Kolejna klasa metod badawczych psychologii społecznej to metody korelacyjne. Ich istotą jest pomiar dwóch lub więcej zmiennych, takich jak dojrzałość społeczna mierzona kwestionariuszem, czy inteligencja mierzona testem inteligencji oraz badanie ich współzmienności, czyli korelacji. Kiedy dysponujemy miarami dwóch lub więcej zmiennych zebranych od tej samej grupy osób, możemy za pomocą różnych metod statystycznych stwierdzić,

czy między zmiennymi występuje jakiś związek, czy też nie oraz czy jest to związek dodatni (im wyższy poziom inteligencji, tym większa dojrzałość społeczna), czy ujemny (im wyższa inteligencja, tym mniejsza dojrzałość społeczna). Kluczową sprawą jest dotarcie do próby zróżnicowanej pod względem interesujących go zmiennych. Jeżeli chcemy zbadać związek ogólnej inteligencji z dojrzałością społeczną, nie powinniśmy robić badań np. na studentach albo uczniach licealnych ze szczególnie uzdolnionych klas. Grupy te są bowiem mało zróżnicowane z uwagi na inteligencję - wszyscy są inteligentni - a skoro inteligencja w badanej grupie słabo się zmienia z osoby na osobę, nie można oczekiwać jej silnej współzmienności z czymkolwiek, w tym i z dojrzałością społeczną.

Drugim warunkiem koniecznym do przeprowadzenia badań korelacyjnych jest dysponowanie przez badacza wiarygodnymi metodami pomiaru interesujących go zmiennych, którymi są zwykle cechy osobowości, treść wyznawanych opinii (sądów, postaw, wartości), albo jakieś zachowania. Badacz zainteresowany związkiem inteligencji z dojrzałością społeczną może wykorzystać jeden z licznych istniejących już testów inteligencji, jednak do pomiaru dojrzałości społecznej musi skonstruować własne narzędzie, którym często bywa kwestionariusz. Kwestionariusz jest zbiorem pytań, na które odpowiada osoba badana (opisując siebie, np. „Czy sam kupujesz sobie ubrania?”), albo jakaś inna osoba (np. matka osoby badanej, jeżeli interesuje nas dojrzałość społeczna dzieci). Pytania są wyselekcjonowane w taki sposób, by wszystkie dotyczyły tej samej sprawy (dojrzałości-niedojrzałości społecznej), a odpowiedzi na różne pytania powinny być silnie ze sobą powiązane. Powinny być także stałe w czasie. Wyniki uzyskane w poniedziałek winny być podobne do uzyskanych przez tę samą osobę, powiedzmy, we wtorek za 2 tygodnie - inaczej trudno byłoby twierdzić, że kwestionariusz mierzy jakąś stałą cechę.

Jeżeli kwestionariusz spełnia te warunki wewnętrznej zgodności i stałości wyników w czasie, to powiadamy, że jest *rzetelny*, czyli dobrze mierzy to, co mierzy. Ponadto kwestionariusz powinien być trafny, czyli dobrze mierzyć to, do mierzenia czego jest przeznaczony. Nie wystarczy, by jakiś zbiór pytań wyglądał tak jakby mierzył różne aspekty dojrzałości społecznej. Badacz powinien to jeszcze udowodnić. Np. definicyjną cechą dojrzałości jest jej narastanie z wiekiem, zatem badacz może wykazać trafność swojego kwestionariusza stwierdzając, że uczniowie ostatniej klasy gimnazjalnej uzyskują w nim wyższe wyniki od uczniów ostatniej klasy szkoły podstawowej. Wreszcie kwestionariusz powinien mieć jasny system zliczania odpowiedzi tak, aby był *obiektywny*, tzn. aby każdy używający go badacz dochodził do tych samych wyników, badając te same osoby (a więc wynik nie powinien zależeć od „widzimisie” badacza). Te trzy własności - obiektywność, rzetelność i trafność są zresztą wymagane w stosunku do wszelkich pomiarów w psychologii.

Inne narzędzia często używane w badaniach korelacyjnych (a także w eksperymentach do pomiaru zmiennej zależnej) to *skale szacunkowe*, na których ludzie wyrażają jakieś sądy lub oceny - np. szacują na skali ocen szkolnych od 1 do 6, jak dalece podobała im się obejrzana przez nich reklama. Skale szacunkowe często mają graficzną postać odcinka, o jakoś opisanych krańcach (np. „nie podoba się - podoba się”), a badani zaznaczają odpowiedź, stawiając krzyżyk w odpowiednim miejscu odcinka, albo wybierając jedną z liczb składających się na daną skalę. Rodzaj użytych liczb może przy tym wywierać daleko idący wpływ na uzyskiwane odpowiedzi. Np. w pewnym badaniu proszono jego uczestników o odpowiedź na pytanie: „Jak dalece uważasz się za człowieka sukcesu, sądząc na podstawie swojego całego dotychczasowego życia?”. Badani odpowiadali na 11-punktowej skali szacunkowej rozciągającej się albo od 0 („w ogóle nie jestem człowiekiem sukcesu”) do 10 („zdecydowanie jestem człowiekiem sukcesu”), albo od -5 („w ogóle nie jestem człowiekiem sukcesu”) przez 0 do +5 („zdecydowanie jestem człowiekiem sukcesu”). Przy pierwszym formacie odpowiedzi tylko 13% badanych wybrało odpowiedź negatywną (od 0 do 5), przy formacie drugim zrobiło tak aż 34% (od -5 do 0) (Schwarz i in., 1991). Działo się tak dlatego, że przy pierwszym formacie odpowiedzi badani interpretowali wyrażenie „w ogóle nie jestem człowiekiem sukcesu” jako brak wybitnych sukcesów, przy drugim natomiast to samo wyrażenie oznaczało dla nich pytanie o jednoznaczne porażki.

Badani doprecyzowują więc treść pytania na podstawie formatu odpowiedzi, a do tego samego celu mogą wykorzystywać wiele innych, z pozoru „nieistotnych” danych, jak czas, do jakiego odnosi się pytanie. Piotr Winkielman i współpracownicy (1998) pytali swoich badanych o częstość przeżywania gniewu albo w ciągu ostatniego miesiąca, albo roku. Badani pytani o rok przypominali sobie znacznie poważniejsze przypadki gniewu, niż pytani o tydzień, ponieważ zakładali, że w przypadku roku badacze interesują się poważnymi i z natury rzadszymi epizodami gniewu, zaś w przypadku tygodnia przedmiotem badania są raczej drobne irytacje.

Równie podatne na format odpowiedzi i kontekst są wyniki *ankiet* - zbiorów pytań, często używanych w badaniach sondażowych na dużych próbach osób, w szczególności próbach dobieranych losowo w taki sposób, by były reprezentatywne dla całej ludności kraju, bądź jakiegoś dużego jej segmentu, jak młodzież, czy rodzice. Pytania takie mogą mieć charakter otwarty, jak np.: „Czego najbardziej chciałbyś nauczyć swoje dziecko, aby dobrze dawało sobie radę w życiu?”, albo zamknięty - temu samemu pytaniu towarzyszy zbiór gotowych już odpowiedzi. Kiedy wśród podanych możliwości znajdowała się „umiejętność samodzielnego myślenia” wskazywało ją aż 61,5% respondentów; kiedy jednak respondenci samodzielnie podawali możliwe odpowiedzi wartość tę wskazało zaledwie 4,6% spośród nich (Schuman, Presser, 1981). Ponieważ łatwiej coś rozpoznać niż sobie przypomnieć,

umieszczenie na liście jakiejś odpowiedzi znacznie zwiększa szansę jej wskazania w porównaniu z sytuacją, kiedy badani sami mają ją wydobyć z głowy. Jeżeli jakiś sondaż stwierdza, że 30% Polaków widzi jakiegoś polityka, powiedzmy Andrzeja Leppera, jako przyszłego prezydenta kraju, podczas gdy w innym sondażu odpowiada tak zaledwie 5%, nie jest to przejawem manipulacji firm badających opinię publiczną (jak twierdziłby sam Lepper), lecz skutkiem zamkniętego systemu odpowiedzi w badaniu pierwszym, a otwartego w drugim. Choć badania opinii publicznej mogą być bardzo użyteczne, często trudno powiedzieć, co jakaś odpowiedź znaczy, dopóki nie znamy dosłownej treści pytania, a nieraz i treści pytań poprzedzających. Nietrudno przewidzieć, że badani co innego będą deklarować na temat polityków, jeżeli poprzednie pytania dotyczyły A. Leppera, a co innego - gdy dotyczyły A. Kwaśniewskiego. Choć same ankiety powinny zawierać proste pytania, ich układanie jest dosyć trudną sztuką (Schwarz, 1999; Skład, Wieczorkowska, 2001).

Ogólnie rzecz biorąc, zaletą badań korelacyjnych jest możliwość taniego (często grupowego) mierzenia licznych zmiennych i ich związków. Jednak ten typ badań ma też ważne ograniczenia. Jeżeli stwierdzimy dodatni związek inteligencji z dojrzałością społeczną, nie sposób powiedzieć, co jest przyczyną, a co skutkiem. Czy to ogólna inteligencja decyduje o wzroście dojrzałości społecznej, czy raczej odwrotnie, dojrzałość społeczna jest jednym z czynników nasilających inteligencję? Nigdy tego jednoznacznie nie rozstrzygniemy. Podobnie w przypadku badania wskazującego, że im bardziej ludzie mają podobne poglądy, tym bardziej się lubią. Czy to podobieństwo prowadzi do wzajemnej atrakcyjności, czy też raczej lubiący się ludzie upodabniają swoje poglądy? Sama korelacja nigdy nie dowodzi, która ze skorelowanych zmiennych jest przyczyną, a która skutkiem. W przypadku zależności podobieństwo-atrakcyjność daje się jednak przeprowadzić eksperyment, który tego dowiedzie. Np. możemy zmierzyć nieznanym się ludziom poglądy, a następnie poprosić o wykonywanie jakiegoś zadania w parach dobranych w taki sposób, że niektóre składają się z osób podobnych, zaś inne - z niepodobnych. Jeżeli na zakończenie zmierzmy stopień wzajemnego lubienia się, a otrzymany wynik wskaże, że osoby podobne bardziej się polubiły od niepodobnych, to możemy wnioskować, że podobieństwo poglądów prowadzi do wzajemnej atrakcyjności. Jednak to nasze ostatnie badanie jest już eksperymentem, gdyż manipulowaliśmy w nim stopniem podobieństwa poglądów.

Drugim poważnym ograniczeniem badań korelacyjnych jest ich podatność na stwierdzanie *zależności pozornych*. Jeżeli pójdziemy ze swoją skalą dojrzałości społecznej do szkoły i damy ją do wypełnienia dzieciom z różnych klas, mierząc przy okazji wiele innych zmiennych, to możemy wykryć, że im dłuższa stopa dziecka, tym bardziej jest ono dojrzałe społecznie. Co tu jest przyczyną, a co skutkiem? Nic, bowiem zależność ta jest

pozorna - zarówno długość stopy, jak i dojrzałość dziecka korelują się z wiekiem i to decyduje o ich pozornym związku. Pewne metody obróbki statystycznej pozwalają ocenić, jak wygląda związek dwóch zmiennych (długość stopy i dojrzałość) przy kontroli oddziaływania trzeciej (wieku), co ilustruje wstawka *ŻYCIE I.B.* Niektóre związki pozorne są jawnie absurdalne, jak w przykładzie z długością stopy, i łatwo je wyłapać. Problem badań korelacyjnych polega jednak na tym, że dosłownie każdy związek może mieć charakter pozorny, nawet wtedy, gdy wygląda zupełnie rozsądnie, jak związek podobieństwa z lubieniem. Może być tak, że to podobieństwo właśnie ją rodzi (za czym przemawia wiele względów omówionych w rozdz. 9); może być i tak, że to sympatia rodzi podobieństwo (gdy kogoś lubimy upodabniamy się do niego), ale może być również tak, że związek ten jest pozorny, gdyż w rzeczywistości działa głównie częstość kontaktów. Dzięki częstym kontaktom ludzie zarówno upodabniają się do siebie, jak i obdarzają sympatią.

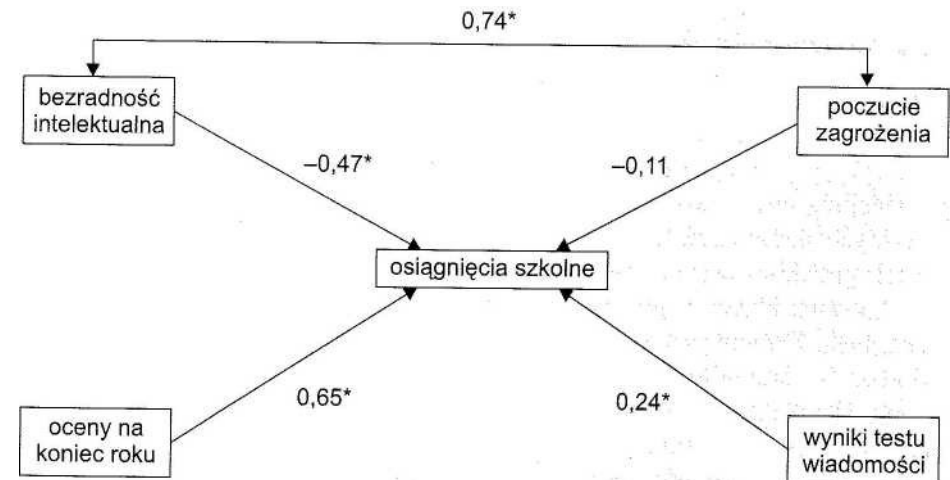
Trzecie niebezpieczeństwo czyhające na badacza korelacji, to stwierdzanie zależności przypadkowych, które faktycznie nie istnieją. Jeżeli badani są proszeni o 30 ocen na skalach szacunkowych i wypełniają kwestionariusze mierzące w sumie 10 cech osobowości, to można tu obliczyć aż 780 korelacji (każda zmienna z każdą pozostałą, czyli 40!). W takiej sytuacji pojawi się kilkadziesiąt statystycznie istotnych współczynników korelacji, nawet jeżeli w istocie żaden z badanych związków nie istnieje. Gdyby założyć, że tylko 5% korelacji jest dziełem przypadku (całkiem rozsądne założenie - pięć razy na sto to przecież bardzo mało i zwykle w psychologii zakłada się taki margines błędów), może ich być w tym badaniu aż 39. Problem w tym, że nie wiemy, które z uzyskanych współczynników korelacji są rzeczywiste, a które są skutkiem nieuchronnego działania przypadku. Oczywiście problem jest znacznie mniej dotkliwy, jeżeli już przed badaniami dysponujemy teorią pozwalającą oczekiwać pewnych związków między zmiennymi. Wtedy badania mają charakter weryfikacyjny, tzn. są ukierunkowane na weryfikację (sprawdzenie) konkretnych hipotez. Niemal wszystkie badania eksperymentalne mają taki charakter, natomiast wiele badań korelacyjnych ma charakter eksploracyjny (rozpoznawczy), a więc tylko próbuje wstępnie rozpoznać występujące w danej dziedzinie zależności. Takie badania są oczywiście bardziej podatne na wykrywanie zależności przypadkowych. To jeszcze jeden powód by powtarzać badania, czyli dokonywać ich replikacji. Zauważmy na zakończenie, że wszystkie ograniczenia badań korelacyjnych stosują się też do obserwacji, które z metodologicznego punktu widzenia są pewną odmianą badań korelacyjnych.

ŻYCIE I.B Bezradność intelektualna w szkole

Niektórym z nas wyrażenie 40! (silnia) przypominało lekcje matematyki. Jeżeli pamiętacie lekcje matematyki jako przyprawiający o depresję koszmar, z którego nic nie dawało się zrozumieć pomimo wysiłku, to nie jesteście sami. Dotknął was syndrom bezradności intelektualnej, który pojawia się wtedy, gdy intensywne wysiłki mające na celu zrozumienie czegoś nie przynoszą żadnych rezultatów. Syndrom ten był przedmiotem szeroko zakrojonych badań Grzegorza Sędko (1995) na warszawskich licealistach. Sędek skonstruował kilka kwestionariuszy mierzących bezradność intelektualną, poziom zagrożenia wzbudzanego przez różne przedmioty szkolne, a także skale oceny nauczyciela i jego oddziaływań dydaktycznych (np. jak dalece stara się, aby uczniowie zrozumieli nowo wprowadzany materiał).

Badania miały charakter korelacyjny: sprawdzały, w jaki sposób różne zmienne są powiązane z poziomem osiągnięć szkolnych mierzonych testem wiadomości i ocenami szkolnymi na koniec roku. Zaawansowane metody statystyczne (tzw. równania liniowo-strukturalne pozwalające rozstrzygać, które modele zależności przyczynowo-skutkowych są lepiej dopasowane do danych, niż inne możliwe do pomyślenia modele) pozwoliły Sędkowi stwierdzić wiele interesujących zależności. Okazało się np., że choć osiągnięcia szkolne są ujemnie skorelowane zarówno z poczuciem zagrożenia na lekcjach z danego przedmiotu, jak i z bezradnością intelektualną, to związek zagrożenia z postępami w nauce jest pozorny i wynika z faktu, że zagrożenie jest silnie skorelowane z bezradnością. Czynnikiem rzeczywiście hamującym osiągnięcia szkolne jest jedynie bezradność, jak to przedstawia rysunek 1.2.

Rysunek 1.2. Model przyczynowych zależności między bezradnością intelektualną, poczuciem zagrożenia a osiągnięciami szkolnymi (wskaźnikowanymi za pomocą ocen na koniec roku i wynikami testu wiadomości)



Liczby oznaczają tzw. współczynniki ścieżek - siłę zależności przy statystycznej kontroli związków danej zmiennej z innymi zmiennymi. Gwiazdkami zaznaczono współczynniki istotne statystycznie. Źródło: Sędek (1995).

Zauważmy, że jest to wynik o kapitalnym znaczeniu praktycznym: jeżeli nauczyciel pragnie istotnie podnieść poziom osiągnięć ucznia, to nie wystarczy sprawić, aby uczniowi było przyjemniej, co zdaje się być ideologią wielu szkół prywatnych za-

ktadających, że wystarczy uczniom uprzyjemnić życie, a będzie im nie tylko miło, ale i więcej będą wiedzieć. Badania Sędka pokazują, że aby podnieść osiągnięcia szkolne nauczyciel powinien zrobić coś znacznie trudniejszego - uczyć w taki sposób, aby nie dopuścić do wykształcenia się u wychowanków bezradności intelektualnej. Badania te pokazują też, jak nauczyciel może to osiągnąć: dbać o to, by uczeń zrozumiał nowo wprowadzane treści; pytać uczniów, czy rozumieją i wyjaśniać wątpliwości zachęcając do wypowiedzi, wreszcie pobudzać ciekawość uczniów i stymulować ich aktywność na lekcji. Są to wszystko działania wymagające nie tylko dobrej woli, ale i umiejętności zawodowych; są więc znacznie trudniejsze niż samo obdarzanie uczniów akceptacją i dbanie o ich dobre samopoczucie. Badania Sędka wskazują też na wyraźną parcyjność bezradności intelektualnej - uczniowie bezradni np. w matematyce wcale nie muszą być bezradni w języku polskim, i odwrotnie. Obok niezależności wpływu bezradności na postępy szkolne od inteligencji dowodzi to, że bezradność jest wyuczonym wzorcem reagowania, a nie tylko przejawem niedostatków intelektu ucznia.

Badania te pokazały ponadto, że bezradnością intelektualną zagrożeni są szczególnie uczniowie silnie, nie zaś słabo motywowani do nauki szkolnej. Bezradność intelektualna nie jest przypadłością tych uczniów, którym się po prostu uczyć nie chce. Wręcz przeciwnie. Jest to zgodne z przewidywaniem informacyjnej teorii bezradności, że jej warunkiem powstania jest duża intensywność i bezowocność podejmowanych prób zrozumienia. Informacyjna teoria bezradności została sformułowana przez autora wspólnie z Mirosławem Koftą (Kofta, Sędek, 1989; 1993) i zweryfikowana w wielu badaniach laboratoryjnych o charakterze podstawowym. Badania podstawowe mają na celu wykrywanie ogólnych prawidłowości rządzących ludzką psychiką i zachowaniem, niezależnie od ich pożytków praktycznych. Natomiast przytoczone tu badania Sędka to badania stosowane, a więc ukierunkowane na rozwiązanie jakiegoś problemu praktycznego (tutaj: skąd bierze się bezradność intelektualna i czy obniża ona wyniki w nauce).

1.4.3. Modele zwierzęce i komputerowe

Ostatnia grupa metod badawczych to modele zwierzęce i komputerowe. Istotą modeli zwierzęcych jest obserwacja pewnych prawidłowości rządzących psychiką i zachowaniem u zwierząt, co opiera się na przekonaniu, że występują one w postaci prostszej i bardziej dostępnej badaniu, z powodu mniejszych ograniczeń technicznych i etycznych.

Wiele prawidłowości uczenia się, poczynając od podstawowych mechanizmów warunkowania klasycznego i sprawczego, wykryto pierwotnie w badaniach na zwierzętach. Dominujący w pierwszej połowie XX wieku behawioryzm zakładał, że prawidłowości uczenia się mają charakter uniwersalny, jednakowy dla wszystkich organizmów, w związku z czym miało nie mieć znaczenia, jakiego gatunku osobniki są badane. Szybko jednak okazało się (choć wolno dotarło do teoretyków), że to nieprawda. Pewnych rzeczy zwierzęta uczą się błyskawicznie, a innych nigdy i są to różne rzeczy u różnych gatunków. Np. szczur uczy się w jednej próbie unikać określonego smaku, jeżeli nastąpiły po nim mdłości, ale nawet setki prób nie wystarczą, aby nauczył się unikać czerwonego klocka wskutek występujących po nim mdłości (faktycznie wywoływanych za pomocą niewidzialnego napromieniowania) (Garcia, Koelling, 1966). Najwyraźniej system nerwowy szczura

jest biologicznie zaprogramowany w taki sposób, by pewnych rzeczy uczyć się błyskawicznie. Podobnie ludzki system nerwowy jest tak zaprogramowany, że bardzo szybko uczymy się unikać węży, a bardzo wolno np. gniazdek elektrycznych (Seligman, Hager, 1972), choć we współczesnej cywilizacji te drugie o wiele częściej faktycznie nam zagrażają (natomiast w ewolucyjnej przeszłości naszym przodkom często zagrażały węże). Chyba najlepszym przykładem biologicznego zaprogramowania ludzkiego umysłu jest zdolność do uczenia się języka. Szympanś wychowywany razem z ludzkim niemowlęciem nigdy nie nauczy się języka, natomiast dziecko uczy się go w tempie kilkudziesięciu słów dziennie przez pierwszych 18 lat życia, czego nie jest w stanie wyjaśnić żadna teoria uczenia się (Pinker, 1994).

Krótko mówiąc, modele zwierzęce straciły współcześnie na znaczeniu wskutek rosnącej świadomości, że liczne mechanizmy psychologiczne są adaptacjami wykształconymi przez konkretne gatunki i nie występują u innych gatunków. Wiele istotnych mechanizmów ludzkich, jak obdarzony składnią język, w ogóle nie występuje u zwierząt, w związku z czym ich badanie nie ma dla psychologów żadnego znaczenia (choć modele zwierzęce mają duże znaczenie dla biologów, gdyż wiele mechanizmów biologicznych dzielimy z innymi ssakami).

Interesującym i nowatorskim rodzajem modeli coraz częściej stosowanych przez psychologię społeczną są natomiast symulacje komputerowe, polegające na odtwarzaniu jakichś procesów za pomocą programu komputerowego. Są one najbardziej użyteczne przy badaniu procesów złożonych, wielokrotnie się powtarzających, jak zmiany opinii społecznej. Jednym z prekursorów zastosowań symulacji komputerowych w psychologii społecznej jest Andrzej Nowak (Yallacher, Nowak, 1993), którego prace omawiane są dokładniej w rozdziale 11.

1.4.4. Wartość i dopełnianie się różnych metod badawczych

Nie ulega wątpliwości, że różne typy metod badawczych psychologii społecznej uzupełniają się w swoich zaletach i wadach, jak to podsumowuje tab. 1.5. Wybierając między nimi, badacz dokonuje też wyboru między sprzecznymi wymaganiami wpływu i kontroli (Aronson i in., 1990). Wpływ na badane zjawisko, to zdolność do badania silnych zmian w zachowaniu czy psychice osób badanych. Jeżeli interesuje nas wpływ wiarygodności nadawcy przekazu na jego skuteczność, możemy wiele uczynić dla nadania nadawcy wiarygodności. Możemy odwołać się do autorytetu i nazwać go profesorem doktorem habilitowanym bądź też odwołać się do atrakcyjności fizycznej i wybrać do tej roli barczystego bruneta, albo do popularności i poinformować, że często występuje w telewizji itd. Taki nadawca wywrze na postawy przekonywanych ludzi niewątpliwie silniejszy wpływ od chuderławego magistra, który pozostaje nikomu nieznany. Jednak nietrudno zauważyć, że im więcej czynników składa się na wiarygodność nadawcy, tym trudniej zorientować się, który z nich naprawdę działa. Im

Tabela 1.5. Zalety i ograniczenia podstawowych metod badawczych psychologii społecznej

Metoda	Zalety	Ograniczenia
eksperyment	• pozwala wykrywać kierunek zależności przyczynowo-skutkowych • pozwala kontrolować wpływ wielu zmiennych zakłócających (wyizolowanie istotnych zmiennych) • duża powtarzalność (społeczna kontrola procesu badawczego) • dostarcza precyzyjnego sprzężenia zwrotnego o trafności twierdzeń	• konstruktorem sytuacji jest badacz, a nie osoba badana • stosuje się do ograniczonego zakresu zależności (o przyczynach, którymi można manipulować) • umożliwia badanie tylko niewielu zmiennych równocześnie • wymaga dużej wiedzy badacza • wymaga dużych nakładów finansowych
obserwacja	• nie zmienia naturalnego biegu wydarzeń • przy dobrym systemie kodowania i wytrenowanych obserwatorach umożliwia pomiar zmiennych niemożliwych do mierzenia w inny sposób • nie wymaga dużej wiedzy od badacza • nie wymaga dużych nakładów finansowych	• nie wykrywa kierunku zależności przyczynowo-skutkowych • niewrażliwa na pozorność wykrywanych związków • stosuje się do ograniczonego zakresu zjawisk (częstych, obserwowalnych) • mała powtarzalność • podatna na tendencyjność obserwatora
metody korelacyjne	• umożliwia równoczesny pomiar wielu zmiennych • duża powtarzalność (społeczna kontrola procesu badawczego) • nie wymaga dużej wiedzy badacza • wymaga stosunkowo małych nakładów finansowych	• nie wykrywa kierunku zależności przyczynowo-skutkowych • niewrażliwa na pozorność wykrywanych związków • słaba kontrola badacza nad zmiennymi zakłócającymi • podatność na stwierdzanie zależności przypadkowych, które faktycznie nie istnieją
modele zwierzęce	• umożliwia badanie zależności w ich prostej postaci • duża powtarzalność (społeczna kontrola procesu badawczego) • łagodzi ograniczenia etyczne i techniczne	• wielu zależności nie można uogólniać na ludzi z powodu specyfiki badanego gatunku zwierząt • wiele prawidłowości występujących u ludzi nie występuje u zwierząt
symulacje komputerowe	• umożliwia badanie zjawisk długotrwałych, powtarzalnych, trudnych do obserwacji • jedyna metoda pozwalająca przewidywać zachowanie układów złożonych • dostarcza precyzyjnego sprzężenia zwrotnego o trafności twierdzeń • znosi ograniczenia etyczne i techniczne • duża powtarzalność (społeczna kontrola procesu badawczego)	• nie jest rzeczywistym dowodem empirycznym, tylko argumentem myślowym • wymaga dużej wiedzy badacza • wymaga precyzyjnego (ilościowego) sformułowania teorii

silniejszy wpływ badacza, tym słabsza jego kontrola poznawcza nad tym, co się właściwie dzieje podczas badania.

Porównanie metod z tab. 1.5 przekonuje, że obserwacja i badania korelacyjne umożliwiają często badania silnych wpływów przy niedostatkach kontroli, natomiast eksperyment czy modele komputerowe - odwrotnie. Gdybyśmy badali związek podobieństwa z atrakcyjnością, porównując poglądy dożgonnych przyjaciół oraz poglądy nieznanomych lub osób nie lubiących się, mamy dużą szansę na stwierdzenie silnego związku podobieństwa z atrakcyjnością. Tyle że kontrola jest w takim badaniu słaba - nie sposób zorientować się, czy to podobieństwo wywołało wzajemną sympatię ludzi, czy na odwrót; albo czy nie jest aby tak, że przyjaciele po prostu często spotykają się i wyrządzają sobie przysługi, wskutek czego zarówno upodabniają się do siebie i coraz bardziej lubią etc. Takich kłopotów z kontrolą nie będziemy mieli w badaniu, gdzie ludzie otrzymują jedynie informację o poglądach nieznanomej osoby i na podstawie wypełnionego przez nią kwestionariusza decydują, czy polubiliby ją w razie ewentualnego spotkania czy nie. Niewątpliwie poziom wzbudzanej tu i badanej atrakcyjności jest słabutki, ale kontrola nad tym, co na nią wpływa jest niemal absolutna - jeżeli osoby podobne okażą się tu bardziej lubiane od niepodobnych, możemy mieć pewność, że to z powodu podobieństwa, gdyż nic innego po prostu nie istnieje.

Eksperymenty i inne badania psychologiczne bywają oskarżane o sztuczność i nieważność badanych sytuacji. Zważmy jednak, że jest to skutek dążenia badacza do kontroli nad badanym zjawiskiem. Badania naukowe służą przede wszystkim zrozumieniu świata, zaś wywieraniu silnych wpływów - działania praktyczne. Jeżeli zachoruje nam ktoś bliski, staramy się zrobić, co w naszej mocy, by przywrócić go do zdrowia - podajemy lekarstwo X przepisane przez jednego lekarza, lekarstwo Y zalecane przez innego, zmieniamy dietę, dajemy ziółka. Wreszcie dopinamy swego - ukochana osoba zdrowieje. Jednak nigdy nie dowiemy się, które z tych remediów faktycznie ją wyleczyło, gdyż stosowane były równocześnie. Cele badania naukowego są dokładnie odwrotne - tutaj idzie o to, by zorientować się co naprawdę działa, a sam wpływ powinien być na tyle tylko duży, aby w ogóle cokolwiek działało i dążymy do tego, by oddzielnie ocenić działanie każdego z interesujących nas czynników.

1.5. PODSUMOWANIE

Psychologia zajmuje się badaniami wpływu społecznego, czyli mechanizmów które powodują, że to, co robią, czują i myślą jedni ludzie wpływa na to, co robią, czują i myślą inni ludzie. Przedmiotem jej zainteresowania jest wzajemne spostrzeganie się ludzi, treść i organizacja wiedzy jednostki o świecie społecznym i samej sobie (ja), stereotypy, schematy poznawcze i wartości, postawy i ich zmiana, konformizm i techniki manipulacji społecznej, wzajemne pomaganie sobie i szkodzenie przez ludzi, organizacja i funk-

cjonowanie relacji oraz grup społecznych. Psychologia społeczna nie dysponuje ogólną teorią obejmującą całe pole jej zainteresowań, ale tworzy wiele teorii o średnim zasięgu wyjaśniających ludzkie zachowanie w obrębie pięciu głównych perspektyw: poznawczej, motywacyjnej, uczenia się, społeczno-kulturowej i ewolucjonistycznej. Psychologia społeczna jest nauką empiryczną, za prawdziwe uznając prawidłowości udowodnione w badaniach, zwykle wielokrotnych i wykonanych za pomocą różnych metod. Najważniejsze rodzaje metod badawczych, to: eksperyment, obserwacja, badania korelacyjne oraz modele zwierzęce i komputerowe. Metody te różnią się stopniem wpływu i kontroli nad badanymi zjawiskami, a ponieważ mają uzupełniające się zalety i ograniczenia, wszystkie są uważane za potrzebne i warte używania.

KONCEPCJA 1 Teoria dysonansu poznawczego

Stworzona przez Leona Festingera (1957) teoria dysonansu poznawczego jest jedną z najważniejszych koncepcji psychologii społecznej. Opiera się na założeniu, że ludzie dążą do zgodności między różnymi przekonaniemami o tej samej sprawie i spójności między swoimi poglądami a postępowaniem. Jeżeli skutek odebrania nowej informacji, myślenia lub własnego postępowania pojawi się psychologiczna sprzeczność, rodzi to dysonans. Dysonans poznawczy jest nieprzyjemnym stanem emocjonalnym o własnościach popędu - przypomina więc głód czy pragnienie w tym sensie, że powoduje ogólną mobilizację organizmu, motywację do jego usunięcia i antycypacyjnego unikania (czyli unikania zawczasu). Dysonans jest tym silniejszy, im większa jest wywołująca go niezgodność, im ważniejszej dla człowieka sprawy ona dotyczy i im silniej sprzeczne przekonania powiązane są z innymi przekonaniemami człowieka. Dysonans ma wiele konsekwencji, jak np. zmiana postawy po wysłuchaniu sprzecznego z nią komunikatu pochodzącego z tak wiarygodnego źródła, że nie możemy zakwestionować jego wiarygodności i jedynym sposobem usunięcia dysonansu jest dostosowanie własnych poglądów do opinii autorytetu (por. rozdz. 6.2.5). Najciekawsze konsekwencje dotyczą na-

stępstw zachowania sprzecznego z wła-

Rysunek 1.3. Schematyczna prezentacja teorii dysonansu poznawczego

NIEZGODNOŚĆ PRZEKONAŃ

psychologiczna sprzeczność ważnych przekonań, pojawia się wskutek:

- (1) odebrania informacji lub myślenia
- (2) zachowania sprzecznego z postawą
- (3) podjęcia decyzji

DYSONANS POZNAWCZY

nieprzyjemny stan emocjonalny o własnościach popędu wywołuje:

- (1) ogólną mobilizację organizmu
- (2) motywację do jego usuwania (redukcji)
- (3) motywację do jego antycypacyjnego unikania

REAKCJE USUWAJĄCE DYSONANS

- (1) zmiana postaw i opinii
- (2) uzasadnianie zachowania sprzecznego z postawą
- (3) zamrożenie decyzji

snymi przekonaniemami i następstw podjęcia decyzji.

Ludzie cenią sobie konsekwencję i postępowanie zgodne z przekonaniemami. Zwykle sądzimy, że spójność taka wynika z wprowadzania własnych poglądów w działanie. Jednak teoria dysonansu nieco przekornie zakłada, że może być i odwrotnie. Zdarza się, że pod wpływem subtelnych nacisków zewnętrznych, szczególnie ze strony innych ludzi, postępujemy w sposób sprzeczny z własnym przekonaniem. Jeżeli nacisk zewnętrzny nie jest wystarczająco duży, by zachowanie to usprawiedliwić, to wynikający stąd dysonans będzie redukowany przez dostosowanie poglądów do zachowania. Andrew Elliot i Patricia Devine (1994) przeprowadzili eksperyment dobrze ilustrujący, co się dzieje w takiej sytuacji wymuszonej zgody, czy też niewystarczającego uzasadnienia. Do udziału zaprosili studentów zdecydowanie przeciwnych rozważanemu przez władze ich uniwersytetu pomysłowi podwyżki czesnego o 10% (takich studentów nietrudno było znaleźć). Mimo tego poproszono ich o napisanie jak najbardziej przekonujących argumentów za podwyżką informując, że komisja powołana do tej sprawy ma już wszystkie możliwe argumenty

przeciw podwyżce, natomiast wyraźny niedobór argumentów za podwyżką zagroża wiarygodności jej prac. Krótko mówiąc, zażądano od uczestników postępowania sprzecznego z ich najszczerzym

przekonaniem, mierzonym na początku semestru. Połowie badanych podkreślano ich wolny wybór informując, że jeżeli nie chcą pisać takich argumentów, to mogą się wycofać, a punkty kredytowe za udział w badaniu i tak zostaną im przyznane. Część badanych czym prędzej się wycofała, jednak większość kontynuowała udział w eksperymencie, oceniając na prośbę badaczy stopień odczuwanego przez siebie dyskomfortu (jak dalece było im nieprzyjemnie) oraz własny stosunek do podwyżki czesnego. W warunkach (1) „wybór/przed” o oceny te proszono zanim badani przystąpili do pisania argumentów, w warunkach (2) „wybór/po” dopiero wtedy, kiedy badani skończyli już je pisać. Jak wskazuje rys. 1.4 (druga para słupków), badani dokonujący ocen po napisaniu argumentów wyraźnie zmienili swoją postawę, która na początku semestru u wszystkich wynosiła „1” czyli minimalnie mało, zaś na koniec eksperymentu wynosiła prawie „7” na skali od 0 do 15 (gdzie 15 oznaczało maksymalną akceptację podwyżki). Dlaczego tak się stało?

Godząc się na pisanie argumentów badani odczuwali spory dyskomfort, jakby myśleli: „W co ja się pakuję! Jak mogę wypisywać takie rzeczy, skoro i bez podwyżki czesnego ledwie wiąże koniec

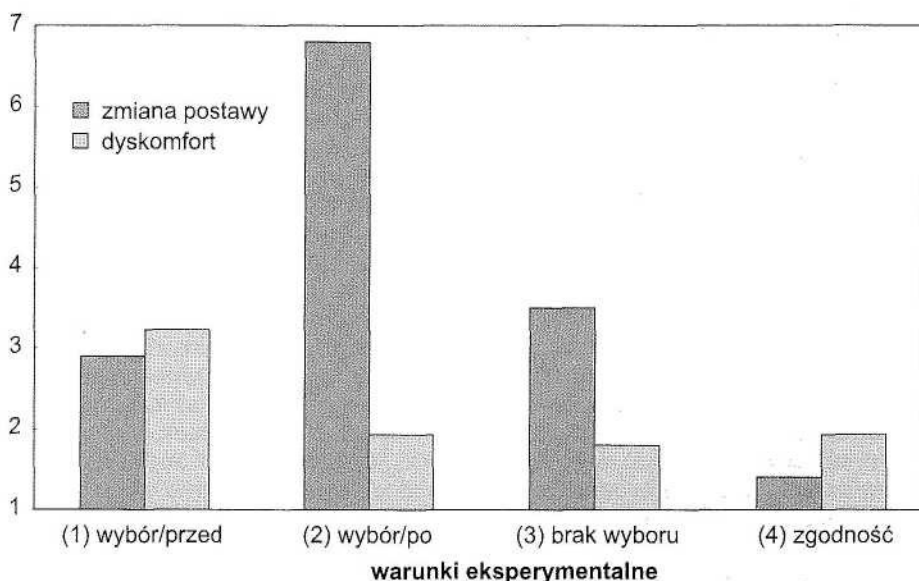
z końcem!”. Dysonans jest nieprzyjemny i trudny do zniesienia, a badani nie mogli odwołać zachowania, gdyż sami podpisali zgodę na przesłanie ich argumentów komisji natychmiast po napisaniu. Zaczęli więc redukować go w inny sposób, dostosowując poglądy do zachowania, czynając myśląc: „Coś tu jest na rzeczy. Ta podwyżka czesnego wygląda jednak nieuchronną”. I to przyniosło im ulgę - ich dyskomfort zmalał w porównaniu z grupą oceniającą go jeszcze przed pisaniem argumentów. Zważmy jednak, iż działo się tak jedynie u badanych z zaakcentowaną swobodą wyboru. W trzech warunkach eksperymentalnych, „braku wyboru”, badani również pisali argumenty za podwyżką, ale nie dawano im wyboru, informując, że zostali wylosowani do grupy mającej na prośbę władz uniwersytetu pisać argumenty za podwyżką. W takiej sytuacji badani nie czuli się odpowiedzialni za swoje zachowanie i dysonans nie powstawał - o czym wprost przekonują niskie oceny dyskomfortu. Wreszcie czwarta grupa badanych wymyślała argumenty przeciw podwyżce, zachowując się zgodnie z własnym przekonaniem. Oczywiście tutaj nie wystąpił ani dyskomfort, ani zmiana postawy, jako że nie było w ogóle żadnego dysonansu. Eksperyment ten

- I dziesiątki innych - dowodzi więc, że kiedy człowiek czuje się osobiście odpowiedzialny za zachowanie sprzeczne z własnymi przekonaniem, zaczyna te ostatnie dostosowywać do tego, co uczynił. Warunkiem koniecznym jest spostrzeżenie własnych zachowań jako niewymuszonych sytuacją (por. Aronson, Wiczorkowska, 2001).

Druga klasa reakcji wyjaśnianych przez dysonans - to następstwa niewymuszonych decyzji. Festinger zauważył, że każda swobodna decyzja, jeżeli tylko dotyczy ważnej sprawy, nieuchronnie prowadzi do dysonansu. Jeżeli dziewczyna

odrzucona -zalety. (Najlepiej byłoby więc

Rysunek 1.4. Zmiana postawy i dyskomfort odczuwany w warunkach wywołujących lub niewywołujących dysonansu



Źródło: Elliot, Devine (1994).

wybierając się za mąż wybierze mądrego i biednego Janka, a odrzuci głupiego choć bogatego Adama -popada w dysonans. Podjęta decyzja jest bowiem w sprzeczności z wadami opcji wybranej (biedą Janka) i zaletami opcji odrzuconej (bogactwem Adama). Jednak gdyby dziewczyna wybrała Adama, niewiele zmieniłoby to w sprawie dysonansu - i tym razem opcja przyjęta ma swoje wady, zaś

wybierać między kimś mądrym i bogatym, a kimś głupim i biednym - ale życie nie takie opcje nam przedstawia, a poza tym tego rodzaju decyzja nie byłaby doświadczana jako rzeczywisty wybór.) Dysonans poddecyzyjny może być redukowany na różne sposoby: przez zmianę lub unieważnienie decyzji, wprowadzenie przekonania, że konsekwencje możliwości wybranej i odrzuconej w dużym stopniu się pokrywają (co za różnica - to facet, i to facet), albo że są nieważne. Najciekawszym następstwem decyzji jest jednak efekt jej zamrożenia, polegający na wzroście subiektywnej atrakcyjności opcji

przyjętej, a spadku atrakcyjności opcji odrzuconej. Empirycznie wykazały to klasyczne badania Jacka Brehma (1956) i Andrzeja Malewskiego (1962), w których ludzie oceniali jakieś przedmioty, np. płyty gramofonowe, porządkując je od najbardziej do najmniej lubianej. Jako rekompensatę za udział w badaniu otrzymywali jedną z płyt, wybierając ją spośród dwóch przedstawionych im możliwości. Na zakończenie raz jeszcze oceniali płyty. Zgo-

dnie z oczekiwaniami okazało się, że ocena płyty wybranej wzrosła, zaś odrzuconej

- spadła (zamrożenie decyzji).

Jednak działo się tak tylko wtedy, gdy wybór do konywany był między płytami o bardzo zbliżonej atrakcyjności początkowej (między trzecią i czwartą we własnej hierarchii każdego badanego). Zmiany te nie pojawiały się u badanych wybierających między płytą o bardzo dużej i bardzo małej atrakcyjności początkowej. Po prostu nie przeżywali oni dysonansu, tak jak nie przeżywalibyśmy niczego (poza ulgą) po dokonaniu wyboru między lipcowymi wakacjami na Teneryfie, a listopadowym urlopem w Mławie.

Badania Malewskiego pokazały jednak ważne ograniczenie tych prawidłowości - wystąpiły one mianowicie jedynie u badanych o wysokiej samoocenie. Rozumował, że jedynie u takich osób informacje o wadach opcji wybranej i zaletach odrzuconej rodzą rzeczywisty

- eksperyment laboratoryjny
- eksperyment naturalny
- grupa eksperymentalna
- grupa kontrolna, grupa porównawcza
- kara
- manipulacja eksperymentalna
- mediator
- moderator

dysonans.

W przypadku osób o samoocenie niskiej, informacja o dokonaniu złego wyboru jest w istocie zgodna z ich złym mniemaniem o sobie, na zasadzie „ach, raz jeszcze popełniłem głupstwo”. Później wielu auto rów wskazywało na uwikłanie samooceny w procesy powstawania i redukcji dysonansu - np. Elliot Aronson (1969; 2000) jest od dawna zwolennikiem poglądu, że dysonans powstaje jedynie wtedy, kiedy niezgodność jest ciosem dla samooceny człowieka. Można to uznać za pewną kon kretyzację tezy Festingera, że niezgod ność wywołuje tym większy dysonans, im ważniejszej sprawy dotyczy, a dla ludzi naszej kultury nie ma ważniejszej sprawy

Podstawowe pojęcia

- analiza archiwalna
- badania eksploracyjne
- badania korelacyjne
- badania podstawowe
- badania weryfikacyjne
- błąd próby
- dysonans poznawczy
- eksperyment

od ich własnego ja i dobrego mniemania o sobie. Za tezę, iż redukcja dysonansu jest w istocie obroną samooceny przemawia także zanikanie podysonansowej zmiany postaw, jeżeli bezpośrednio przed zachowaniem sprzecznym z postawą ludzie mają okazję podbudować dobre mniemanie o sobie w jakiś inny sposób (Steele, Liu, 1983), o czym mowa dokładniej w rozdz. 4.2.3.

Teoria dysonansu zainspirowała setki badań empirycznych o niebanalnych wynikach i wiele różnych wątków myślenia przewijających się w następnych rozdziałach tej książki, jak tendencyjne przetwarzanie informacji, uzasadnianie wysiłku czy mechanizm zaangażowania w działanie. Jej słabością była początkowo nieprecyzyjna definicja podstawowego terminu „niezgodność psychologiczna”. Wiadomo, że nie musi ona oznaczać sprzeczności logicznej, jednak czym jest niezgodność psychologiczna nie będąca sprzecznością logiczną?

Współcześnie większość badaczy przychyliła się do poglądu, że jest to sytuacja, kiedy człowiek ma na temat tej samej sprawy przekonania, które prowadzą do wzajemnie sprzecznych ocen i działań. Drugą słabością teorii był i pozostaje brak precyzji w przewidywaniu, które z dwóch lub więcej sprzecznych przekonań ulegają zmianie. Sam Festinger uważał, że zmiana ulega ten z elementów, który przejawia mniejszy opór na zmianę, co jest każdorazowo uzależnione od aktualnego kontekstu niezgodności. Brzmi to jednak nieco tautologicznie, a problem pozostaje jak na razie nierozwiązany.

nagroda	warunkowanie klasyczne
obiektywizm pomiaru	warunkowanie sprawcze
randomizacja	wpływ społeczny
sędziowie kompetentni	wymuszona zgoda
sprawdzenie trafności manipulacji	zamrożenie decyzji
trafność	zmienna
trafność wewnętrzna badania	zmienna niezależna
trafność zewnętrzna badania	zmienna zależna

Literatura zalecana

- Aronson E. (2000). *Człowiek - istota społeczna* (przekł. J. Radzicki) (wyd. 2). Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Aronson E. (red.), (2001). *Człowiek - istota społeczna. Wybór tekstów* (przekł. J. Radzicki i in.). Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Aronson E., Wieczorkowska G. (2001). *Kontrola naszych myśli i uczuć*. Warszawa: Jacek Santorski & Co.
- Brzeziński J. (1997). *Metodologia badań psychologicznych* (wyd. 2). Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Brzeziński J., Siuta J. (red.), (1991). *Społeczny kontekst badań psychologicznych i pedagogicznych. Wybór tekstów*. Poznań: Wydawnictwo Naukowe UAM.
- Shaughnessy J.J., Zechmeister E.B., Zechmeister J.S. (2002). *Metody badawcze w psychologii* (przekł. M. Rucińska). Gdańsk: Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne.

ROZDZIAŁ 2

WIEDZA I SADY O ŚWIECIE SPOŁECZNYM

Jak wskazywałem w rozdz. 1.2.1, nasze postępowanie bardziej zależy od tego, jak swój świat rozumiemy, niż od tego, jaki ów świat w istocie jest. Rzecz w tym, że świat społeczny jest światem interpretowanym przez uczestników - znaczenia sytuacji społecznych nie są z góry dane, lecz w dużym stopniu są skutkiem interpretacji dokonywanych przez uczestniczących w nich ludzi. Uśmiech profesora wręczającego indeks z oceną może oznaczać życzliwość (kiedy w indeksie jest piątka), albo złośliwość (kiedy w indeksie jest dwójka). Uśmiech i zainteresowanie kobiety partnerem przelotnej interakcji są widziane przez nią samą i inne kobiety jako przejaw zwyczajnej życzliwości, choć większość mężczyzn widzi w nich flirt i zachętę erotyczną (Abbey, 1982). Ta sama sytuacja bywa więc na różne sposoby interpretowana przez różnych ludzi, a nawet przez tych samych ludzi przy różnych okazjach, gdyż stosują do jej odczytania odmienne struktury wiedzy. Ponieważ owe interpretacje mogą być diametralnie różne (i łatwo tu o poważne kłopoty, jak w przypadku dylematu flirt czy życzliwość), warto wiedzieć, jakie struktury wiedzy zawiera ludzki umysł, jak są one zbudowane i co decyduje o ich użyciu.

2.1. WIEDZA O ŚWIECIE SPOŁECZNYM

2.1.1. Struktury wiedzy: schematy, skrypty i teorie

Podstawowym elementem wiedzy o świecie społecznym jest schemat poznawczy rozumiany jako organizacja naszych uprzednich doświadczeń z jakimś rodzajem zdarzeń, osób czy obiektów (Bartlett, 1932). Schematy zawierają nie wszystkie wiadomości na temat danego fragmentu rzeczywistości, lecz wiedzę uogólnioną, wyabstrahowaną z konkretnych doświadczeń (epizodów, czyli egzemplarzy schematów). Wiedza o typowym przebiegu egzaminu, sposobach stawiania pytań i robieniu dobrego wrażenia na egzaminatorze składa się na

schemat „zdawanie egzaminu”. Natomiast wspomnienie przebiegu egzaminu z psychologii społecznej zdawanego w konkretnym czasie i miejscu u profesora X, to wspomnienie tylko jednego z konkretnych egzemplarzy schematu

„zdawanie egzaminu”. W trakcie tego egzaminu mogło się zdarzyć, że profesor zrobił nam kłeks w indeksie podczas wpisywania oceny, ale takie zdarzenie zwykle nie jest reprezentowane w ogólnym schemacie „zdawanie egzaminu”, ponieważ nie ma ono typowego charakteru (zwykle profesorowie nie robią kłeksów w indeksie). Ogólnie rzecz biorąc, obowiązuje zasada, że im lepiej wykształcony jest jakiś schemat, tym bardziej jego zawartość jest wyabstrahowana z wiedzy o konkretnych egzemplarzach, zaś im słabiej wykształcony schemat, tym większą rolę w jego reprezentacji odgrywają wiadomości o pojedynczych egzemplarzach (Sherman, 1996).

Uniwersalną zasadą budowy schematów jest *prototypowość*, zgodnie z którą rdzeniem znaczeniowym schematu jest prototyp, czyli egzemplarz najbardziej typowy, najlepiej spełniający schemat i w tym sensie najbardziej idealny. Czasami prototyp pozostaje pod silnym wpływem jakiegoś egzemplarza - np. mądrość potoczna głosi, że prototypem kobiety jest dla mężczyzny własna matka. Najczęściej jednak prototyp jest jakimś wypośredkowaniem czy uśrednieniem wiedzy o wszystkich napotkanych - w szczególności niedawno - egzemplarzach schematu (Trzebiński, 1981). Prototypowy profesor to ktoś, kto mówi gładko, używając wielu słów obcych, ma szczegółową wiedzę na tematy, z których istnienia nie zdawaliśmy sobie nawet sprawy, jest roztargniony, czasami nieporadny itd. Prototyp pozwala rozpoznawać obiekty („o, ten w okularach wygląda na profesora”), wnioskować o ich niezaobserwowanych jeszcze cechach („na pewno jest przemądrzały”) i uzupełniać nimi spostrzeżenia i pamięć zdarzeń, jak się o tym dalej przekonamy. Zasada prototypowości cechuje wszystkie schematy, które stosownie do rodzaju reprezentowanych w nich obiektów podzielić można na trzy rodzaje: schematy osób i ich rodzajów, skrypty i schematy cech (Wojciszke, 1986a). Tym pierwszym, czyli stereotypom, poświęcony jest cały następny podrozdział.

Skrypt jest umysłową reprezentacją zdarzeń, działań lub ich ciągów, takich jak np. „egzamin” czy „wizyta towarzyska”. Skrypt reprezentuje nie jakiś konkretny ciąg zdarzeń (np. egzamin z psychologii społecznej u profesora X), lecz typowe elementy i okoliczności charakterystyczne dla danego zdarzenia i powtarzające się w większości jego wykonu. Skrypt jest zatem schematem reprezentującym zdarzenia, zaś egzemplarzami tego schematu są kolejne wykonania skryptu - poszczególne egzaminy z różnych przedmiotów. Poszczególne scenki składające się na skrypt są w różnym stopniu typowe dla poszczególnych jego wykonu - np. pytanie o wyznaczniki agresji jest bardziej typowym elementem egzaminu z psychologii niż pytanie o samopoczucie. Skrypty charakteryzują się jeszcze jedną własnością, która nie występuje w przypadku innych schematów, mianowicie czasową organizacją scenek. Poszczególne scenki cechują się zwykle pewnym typowym następstwem w czasie, np. egzamin zawsze zawiera scenki „zadanie pytań”, „wysłuchanie odpowiedzi” i „wystawienie

oceny” i to w takiej właśnie kolejności. Skrypt jest strukturą zarówno poznawczą, jak i wykonawczą. Z jednej strony jest więc umysłowym narzędziem przetwarzania informacji (służy do interpretacji i zapamiętywania zdarzeń), z drugiej zaś strony stanowi gotowy program działania dla jednostki, jeżeli wystąpi ona w roli jednego z aktorów skryptu.

Schematy cech nie odzwierciedlają ani „całych” ludzi, ani całych zdarzeń, lecz jedynie pewne rodzaje ich zmienności. Przykładem są: inteligencja (cecha człowieka lub jakiegoś jego wytworu, jak wypowiedź), uczciwość, towarzyskość czy wrogość. Najważniejszym przejawem cech człowieka są jego zachowania, które stanowią też główną podstawę do wnioskowania o cechach (o czym jest dokładniej mowa w rozdz. 3). Dla poszczególnych cech znaleźć można dziesiątki konkretnych, wyrażających je zachowań, a ludzie wywodzący się z tej samej kultury są zgodni co do ich typowości dla cechy, a więc tego, które zachowania słabo, a które silnie pozwalają wnioskować o cesze. W tym sensie można mówić o prototypowej strukturze cech - niektóre zachowania są typowym przejawem np. uczciwości („Podniósł zgubiony portfel i oddał go nieznajomemu”), inne - słabym („Bierze taksówkę, by nie spóźnić się na umówione spotkanie”). Im bardziej typowym przejawem cechy jest zachowanie, tym silniej obserwator wnioskuje o występowaniu danej cechy na podstawie owego zachowania (Wojciszke, Pieńkowski i in., 1993). Jednak konkretne akty zachowania są z reguły wieloznaczne, tzn. każdy z nich może świadczyć o wielu różnych cechach (Borkenau, 1990). Np. zachowanie „Bierze taksówkę, by nie spóźnić się na umówione spotkanie” oznacza zarówno wygodnictwo, jak i odpowiedzialność, uczciwość, towarzyskość itd.

Poza wymienionymi rodzajami schematów, w umyśle człowieka istnieje wiele innych, słabiej zbadanych rodzajów wiedzy, jak *teorie potoczne*. Mogą to być ogólne teorie człowieka, lecz i teorie różnych jego własności, np. inteligencji czy charakteru moralnego. Carol Dweck (1996) pokazała, że ważnym zróżnicowaniem potocznych teorii inteligencji jest przekonanie o stałym bądź zmiennym jej charakterze. Około 40% ludzi uważa, że inteligencja jest własnością daną raz na zawsze (np. sądzi, że „Każdy ma pewną określoną ilość inteligencji i niewiele można zrobić, by to zmienić”), zaś podobny odsetek ludzi uważa inteligencję za własność plastyczną, podatną na zmiany i rozwój. Osoby przekonane o stałości inteligencji chętniej wybierają zadania, które cechą tę mierzą i dokumentują, zaś osoby przekonane o jej zmienności - zadania stanowiące wyzwanie i rozwijające inteligencję. Dopóki wymagania środowiskowe są stosunkowo niewielkie, jak w szkole podstawowej, potoczna teoria inteligencji nie ma wpływu na funkcjonowanie ucznia. Jednak po przejściu do gimnazjum, gdy środowisko zmienia się, a wymagania rosną, dzieci przekonane o plastyczności własnej inteligencji lepiej sobie radzą z nauką (głównie dlatego, że uważają porażki za coś

możliwego do przezwyciężenia), niż dzieci przekonane o jej stałości (które reagują na porażki jako coś, z czym nie można dać sobie rady). Wyznawane teorie wywierają więc istotny wpływ na zachowanie człowieka i dotyczy to wszystkich struktur wiedzy, jak przekonamy się dalej.

2.1.2. Funkcjonowanie wiedzy

Ogólnie mówiąc, najważniejszą funkcją schematów jest ułatwianie przetwarzania dochodzących do nas z zewnątrz danych, a więc ułatwianie zrozumienia i pamięci zdarzeń. Jeżeli nowo napotkany Jan zostanie zidentyfikowany jako - powiedzmy - bokser, to łatwiej zauważymy nawet subtelne właściwości typowe dla bokserów (np. lekkie zaburzenia mowy - następstwo wstrząsów mózgu przy nokautach), lepiej zapamiętamy rozległość barów, szybki refleks i złamany nos Jana. Wszystkie są typowymi cechami boksera, stąd nie musimy ich utrzymywać jako cech tego konkretnego człowieka - wystarczy zapamiętać, że jest on bokserem.

Struktury wiedzy ukierunkowują naszą uwagę i spostrzeganie na te cechy, na podstawie których możemy zorientować się, czy dany obiekt jest czy też nie jest egzemplarzem schematu. W pewnym badaniu przedstawiano ludziom zwięzły opis wypadku samochodowego, który spowodował albo 22-letni młodzieniec, albo 84-letni starzec (Carver, de la Garza, 1984). Badanych proszono o wskazanie, jakie dalsze informacje są im potrzebne do rozstrzygnięcia o stopniu odpowiedzialności bohatera za wypadek. Chęć posiadania dodatkowych informacji silnie zależała od schematu młodego i starego kierowcy. Np. przy młodym kierowcy aż 82% badanych poszukiwało informacji na temat spożycia alkoholu (przy starym jedynie 45%), zaś przy starym kierowcy 38% badanych rozważało jego psychiczne samopoczucie (przy młodym jedynie 4%).

Schematy wpływają też na rozumienie zdarzeń i formułowanie sądów. Przybiera to z reguły postać asymilacji: wieloznaczne dane zostają „podciągnięte” pod schemat, a w konsekwencji ta sama informacja może zostać różnie zrozumiana w zależności od tego, przez który jest interpretowana. Jeżeli dowiadujemy się, że pewien młodzieniec, Donald, bez większego doświadczenia żeglarskiego zamierza samotnie na jachcie przepłynąć Atlantyk, to możemy ów zamiar potraktować jako wyraz odwagi bądź lekkomyślności. Którą z owych dwóch jednakowo możliwych interpretacji wybierzemy zależy od bliskości użycia schematu danej, cechy. Ludzie, którzy przed interpretacją posługiwali się w innym zadaniu pojęciem „odwaga”, uważają Donalda raczej za odważnego, natomiast ludzie, którzy posługiwali się pojęciem „lekkomyślność” uważają go bardziej za nierozważnego (Higgins, Rholes, Jones, 1977).

Schematy są także odpowiedzialne za selektywność pamięci - lepsze zapamiętywanie informacji związanych niż niezwiązanych ze schematem.

W jednym z eksperymentów opisywano badanym pewną osobę, manipulując informacją o studiowanym przez nią kierunku. Badani przekonani, że opisywana osoba jest na chemii przypominali sobie więcej informacji zgodnych z tym schematem (np. tytułów książek z tej dziedziny), niż badani przekonani, że studiuje ona psychologię. Ci ostatni odwoływali się natomiast do informacji zgodnych ze schematem „psycholog” (Zadny, Gerard, 1974). Sprawę komplikuje jednak fakt, że informacje mogą być związane z jakąś strukturą wiedzy nie tylko na zasadzie zgodności (np. psycholog lubi rozmawiać z ludźmi), ale także na zasadzie jej zaprzeczania (psycholog, który unika ludzi). Wiele badań dowodzi, że również sprzeczność danych ze schematem podnosi poziom ich zapamiętywania (Srull, 1981), szczególnie wtedy, kiedy człowiek ma czas i możliwości przemyślenia owej sprzeczności, a więc może ją głęboko przetworzyć przez kojarzenie z wieloma innymi informacjami, co ułatwia późniejsze jej przypominanie. Które więc dane - sprzeczne czy zgodne ze schematem - są lepiej zapamiętywane?

Aby odpowiedzieć na to pytanie, należy wyjść poza potoczne rozumienie pamięci jako reprodukcji, czyli wiernego i biernego zapisywania w umyśle odebranych danych. Przypominanie byłoby w myśl takiej potocznej koncepcji pamięci wydobywaniem owego zapisu z umysłu i ponownym jego „przejrzaniem”. Jednak w rzeczywistości tworzenie zapisów wydarzeń ma charakter bardziej skomplikowany. Napotykać jakieś zdarzenie czy osobę, zestawiamy je z odpowiednim schematem: np. wysokiego blondyna w niebieskim mundurze, który zatrzymał nasz samochód za pomocą lizaka zestawiamy oczywiście ze schematem „policjant”. W trakcie takiego zestawiania dochodzi do przemieszania informacji o tym konkretnym blondynie z informacjami o prototypowym policjancie - możemy np. „zapamiętać”, że blondyn miał białą pałkę, choć ten akurat jej nie miał (w pałkę jest natomiast wyposażony typowy policjant).

Tego typu „wkroczenia” informacji schematopochodnych we wspomnienia konkretnych zdarzeń czy osób są określane mianem konstruującego przetwarzania informacji (*constructive processing*) i stanowią podstawowy przejaw generatywnego, a nie jedynie reproduktywnego charakteru pamięci. Generatywny charakter pamięci wiąże się z faktem, że prototypy schematów są nie tylko identyfikatorami obiektów i zdarzeń, ale pełnią również funkcję zbioru standardowych, „zapasowych” cech egzemplarza schematów. Zbiór ten służy uzupełnianiu reprezentacji napotkanego, konkretnego egzemplarza o cechy typowe, ale brakujące, bądź niezauważone przez spostrzegającego człowieka (np. skutek zbyt krótkiego czasu zetknięcia się z danym egzemplarzem, nadmiaru informacji itp.).

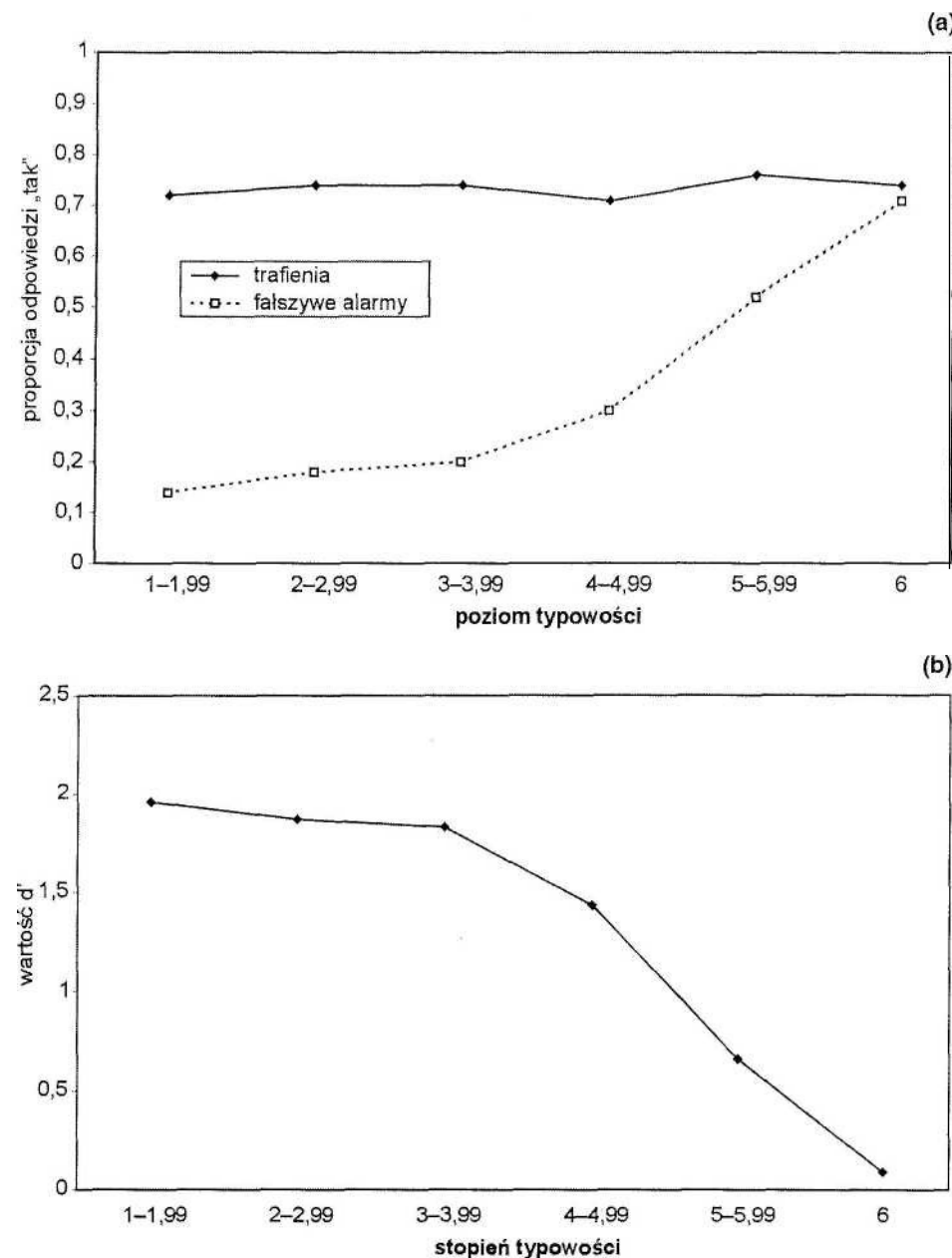
Wiarygodnym wskaźnikiem nakładania się informacji schematopochodnej na informację odebraną z zewnątrz jest zjawisko fałszywych alarmów. Fałszywe alarmy dotyczą rozpoznawania zdarzeń i polegają na nie-
trafnym rozpoznaniu informacji faktycznie nowej jako już prezentowanej

i starej (znanej). Co ważne: w momencie pomiaru rozpoznawania informacje stare (faktycznie już prezentowane badanemu) i nowe są oczywiście przemieszane. Przeciwnościem fałszywych alarmów są trafienia, czyli poprawne rozpoznania informacji faktycznie już prezentowanej jako „starej”. Aby dokładniej przyjrzeć się mechanizmom pamięci reproduktywnej i generatywnej, rozważmy serię badań Arthura Graessera (1981), w których analizowano właśnie względną częstość fałszywych alarmów i trafień w rozpoznawaniu zdarzeń. Punktem wyjścia badań było ustalenie kompletnego spisu scenek tworzących szereg skryptów, takich jak „wstawanie rano”, „wykład na uczelni” itp. W badaniu pilotażowym poproszono dużą grupę osób o ocenę stopnia typowości zdarzeń składających się na poszczególne skrypty (zdarzeniem wysoce typowym dla skryptu „wstawanie rano” jest np. ubranie się czy zjedzenie śniadania, mniej typowym jest czytanie gazety, a nietypowym - kłótnia z sąsiadem). Na tej podstawie skonstruowano historyjki opisujące działania pewnej osoby zwanej Jackiem. Każda historyjka stanowiła spełnienie ośmiu różnych skryptów, choć była to ich realizacja niepełna, w której opuszczano różne scenki wchodzące w skład kompletnej postaci skryptu (np. w jednej wersji pominięto informację, że Jacek ubrał się, a w innej - że zjadł śniadanie). Wkrótce po zapoznaniu się przez badanych z owymi historyjkami mierzono stopień ich zapamiętywania: badanym prezentowano różne zdarzenia składające się na owe skrypty (zarówno „stare”, jak i „nowe”) z prośbą o wskazanie, które z nich występowały w historyjce o Jacku, a które nie. Uśrednione wyniki trzech różnych badań dotyczących tej sprawy przedstawia rysunek 2.1.

Jak wskazuje górna część rysunku, natężenie trafień okazało się niezależne od stopnia typowości zdarzenia dla skryptu: trafienia pozostawały na jednakowo wysokim poziomie dla zdarzeń zarówno typowych, jak i nietypowych. Poziom fałszywych alarmów rósł natomiast jako wykładnicza funkcja typowości rozpoznawanego zdarzenia: fałszywe alarmy były bliskie zera w odniesieniu do zdarzeń mało typowych, a bliskie poziomowi trafień dla zdarzeń wysoce typowych.

Poziom fałszywych alarmów (np. stwierdzenie, że Jacek zjadł śniadanie, choć faktycznie w przeczytanej wersji zdarzenie to było opuszczone) jest czystym wskaźnikiem generatywnego funkcjonowania pamięci, czyli wnioskowania, że dane zdarzenie stało się elementem przeczytanej historyjki na podstawie znajomości jedynie ogólnego skryptu, którego była spełnieniem. Poziom trafień nie jest jednak czystym wskaźnikiem pamięci reproduktywnej, bowiem stanowi rezultat łącznego oddziaływania reprodukcji danych i ich generowania ze schematu. Jeżeli w materiale eksponowanym badanemu zjawiała się scenka „Jacek zjadł śniadanie” i badany ją rozpoznaje, to nie wiadomo, czy wynika to z faktycznego przypomnienia, czy jest raczej skutkiem zgadywania opartego na skrypcie. Rzeczywistym wskaźnikiem pamięci reproduktywnej jest zatem różnica między trafieniami a fałszywymi

Rysunek 2.1. Poziom trafień i fałszywych alarmów w rozpoznawaniu zdarzeń skryptowych (część a) oraz wielkość wskaźnika dyskryminacji pamięciowej d' (część b)



jako funkcja typowości rozpoznawanego wydarzenia dla skryptu

Zaczerpnięty z teorii detekcji sygnałów wskaźnik subiektywnej dyskryminacji (rozróżniania informacji „starych” od „nowych”) obliczono według wzoru $d' = (x_s - x_n)/s$, gdzie x_s oznacza średnią subiektywnego rozkładu prawdopodobieństwa rozpoznania informacji starych, zaś x_n - średnia rozkładu rozpoznawania informacji nowych, s jest wspólnym odchyleniem standardowym tych rozkładów. Źródło: na podstawie danych z Graessera (1981).

alarmami. Dolna część rysunku 2.1 ilustruje wielkość tej różnicy jako funkcję typowości rozpoznawanego zdarzenia (dla uśrednionych danych z tych samych eksperymentów, których wyniki przedstawia górna część rysunku). Wyniki te wskazują jednoznacznie, że im bardziej typowe jest jakieś zdarzenie jako element skryptu, tym słabsza jego pamięć reproduktywna. Podobne wyniki uzyskali autorzy badający także inne rodzaje schematów (np. schematy rodzajów ludzi - Cantor, Mischel, 1986).

Odpowiedź na pytanie, które informacje - zgodne czy sprzeczne ze schematem - są lepiej zapamiętywane, zależy więc głównie od tego, co określamy mianem pamięci. Jeżeli przez pamięć rozumieć procesy czystej reprodukcji danych (oddzielone od wnioskowania, czyli generowania danych ze schematów), odpowiedź brzmi, że lepiej pamiętane są dane nietypowe, niezgodne ze schematem, a więc mamy tu do czynienia z efektem sprzeczności. Jeżeli jednak przez pamięć rozumieć sumę subiektywnych wspomnień czy wypowiedzi na temat przypominanego obiektu lub zdarzenia, to nie ulega wątpliwości, że więcej takich wspomnień mamy na temat danych zgodnych ze schematem, ponieważ wiele spośród tych danych jest rekonstruowanych (generowanych) na podstawie schematu. Mamy tu więc do czynienia z efektem zgodności. Równoczesne występowanie efektów zgodności i sprzeczności potwierdza metaanaliza kilkudziesięciu różnych eksperymentów (Stangor, McMillan, 1992), zaś oba te efekty rosną gdy rośnie: stopień wykształcenia się schematu, obciążenie pamięci (więcej materiału do zapamiętania), czas między zapamiętywaniem o przypominaniem materiału, a także wtedy, gdy oba te momenty są rozdzielone wykonywaniem innych zadań umysłowych. Jeżeli więc ktoś przypomina sobie dane zgodne ze schematem, nigdy nie możemy mieć pewności, czy naprawdę miały one miejsce, czy zostały jedynie wywnioskowane. Jeżeli jednak ktoś przypomina sobie dane nietypowe czy sprzeczne ze schematem, możemy twierdzić ze sporą dozą pewności, że zdarzenia te faktycznie wystąpiły.

Posługiwanie się schematami jest nieodzownym warunkiem orientacji w świecie społecznym. Ma ono jednak swoją cenę w postaci błędów nadużycia schematu - „przypominania” sobie takich danych, z którymi człowiek faktycznie się nie zetknął, które jedynie wywnioskował, zaś oba te rodzaje danych są subiektywnie nierozdzielne i wydają nam się jednako dotyczyć faktów. Dopóki zastosowane przez człowieka schematy są adekwatne do danych, dopóty cena ta nie wydaje się wysoka, ponieważ błędy typu fałszywego alarmu mają sens i stanowią uzupełnienie zdarzeń o to, co i tak zwykle ma miejsce. Jeżeli ktoś błędnie zakłada, że trzech oberwańcy proszący o żeton do automatu chcą go obrabować (choć w istocie nie mieli żadnych złych zamiarów), spostrzeżenie to jest co prawda fałszywe, ale nie uszkadza orientacji w świecie i może być korzystne (lepiej jest zakładać, że oberwańcy mają złe intencje, nawet jeżeli ich nie mają, niż tego nie czynić i odczuć to dopiero na własnej skórze). Problemy zaczynają się natomiast

wtedy, kiedy stosujemy do danych niewłaściwy schemat. Przekonał się o tym pewien mój znajomy w trakcie potańcówki na jednym z uniwersytetów amerykańskich. Podczas powolnego utworu nieznajoma, którą właśnie poprosił do tańca zaczęła się do niego mocno przytulać, co on odczytał jako początek skryptu „szalona noc erotyczna” i stosownie do tego zaczął ją całować w szyję. Ku jego zdumieniu, dziewczyna odskoczyła jak oparzona, wymierzając mu siarczasty policzek do wtóru słów, które mój przyjaciel nie do końca rozumiał (był Niemcem). Dopiero poniewczasie dowiedział się, że dziewczyna realizowała zupełnie inny, dość popularny w Ameryce skrypt zwany *cheek to cheek dancing* - tańczenie „z przyciskiem” powolnych utworów (niezależnie od tego, z kim się tańczy i po co). Ludzie tej samej kultury zwykle podziałają skrypty, przez pryzmat których wzajemnie odczytują swoje zachowania, choć łatwo o nieporozumienia między osobami wywodzącymi się z odmiennych kultur.

2.1.3. Regulacja zachowania

Schematami, które mają najbardziej oczywisty związek z działaniami są skrypty - reprezentując ciągi zdarzeń i działań stanowią one nie tylko umysłowe narzędzie pozwalające zrozumieć i zapamiętać zdarzenie, ale stanowią również gotowy program zachowania. Aby skrypt został wykonany, w naszym zachowaniu spełnione muszą być trzy warunki. Po pierwsze, musimy taki skrypt mieć wykształcony w umyśle, jako trwałe element wiedzy o świecie. Po drugie, skrypt musi zostać w danej sytuacji zaktywizowany. Po trzecie wreszcie, musimy wejść w skrypt w roli jednego z jego aktorów. Aktywizacja skryptu jest przy tym zjawiskiem szybko zanikającym, jeżeli nie jest ona niczym podtrzymywana (np. naszymi wyobrażeniami czy myślami).

Wdzięczną ilustracją zasady, że skrypt musi zostać zaktywizowany, aby wpłynąć na zachowanie jest badanie, w którym młodym mężczyznom umożliwiano realizację skryptu „podrywanie”, podstawiając im ładną dziewczynę jako współpracowniczkę (w rzeczywistości dziewczyna była współpracownicą eksperymentatorów - Wilsona i Capitmana, 1982). Zanim pozostawiano badanego sam na sam z dziewczyną, czytał tekst aktywizujący skrypt podrywanie (student namawia koleżankę, aby poszła z nim na spacer, a nie na wykład), bądź też tekst o treści neutralnej. Badani czytający uprzednio tekst o podrywaniu częściej na swoją współpracowniczkę spoglądali, więcej do niej mówili i uśmiechali się, a także oceniani byli przez samą dziewczynę jako bardziej nią zainteresowani, niż badani czytający tekst kontrolny. Aktywizacja skryptu „podrywanie” prowadziła zatem do silniejszych prób jego realizacji we własnym zachowaniu. Jednak jeśli między czytaniem tekstu a kontaktem z dziewczyną upływało kilkanaście minut (aktywizacja skryptu spontanicznie słabła), różnice między osobami czytającymi różne teksty zanikały.

Samo zaktywizowanie skryptu nie wystarcza do jego realizacji, jeżeli nie dysponujemy jakąś regułą wchodzenia w skrypt w roli jednego z aktorów, a więc regułą podejmowania decyzji (świadomej lub nie) o zainicjowaniu przepisanych skryptem działań. W przypadku „podrywania” może to być np. reguła „jeżeli jest ładna i uśmiechnie się po moim pierwszym zdaniu”. Jeśli któryś z tych warunków nie zostanie spełniony (albo w ogóle nie mamy określonej reguły wejścia), nawet zaktywizowany skrypt nie zostanie zrealizowany.

Zachowanie zmienia się także pod wpływem aktywizacji schematów cech lub schematów osób, a wpływ schematów na zachowanie może mieć charakter automatyczny (por. *KONCEPCJA 2*). Bargh, Chen, Burrows (1996) aktywizowali u badanych albo cechę „uprzejmy”, albo „nieuprzejmy” - początkowym zadaniem było układanie sensownych zdań z ciągów słów, a ciągi te zawierały pojęcia związane bądź z uprzejmością („uważny”, „grzeczny”), bądź z nieuprzejmością („chamski”, „wpycha się”). Po zakończeniu tego zadania badani mieli zwrócić się do badacza o przydział następnej czynności, jednak badacz okazywał się zajęty rozmową z innym badanym, w rzeczywistości pozorantem, który zajmował go przez bite 10 minut. To, czy właściwa osoba badana niegrzecznie przerywała tę rozmowę i ponagliła o przydział następnego zadania okazało się silnie *zależać* od treści aktywizowanego pojęcia. Spośród badanych, którym aktywizowano uprzejmość, tylko 18% przerywało badaczowi rozmowę, natomiast wśród badanych, którym aktywizowano nieuprzejmość przerywało aż 64% (w warunkach kontrolnych nieuprzejmie zachowało się 38% badanych). W drugim badaniu ci sami autorzy stwierdzili, że osoby badane wolniej wychodziły z laboratorium, jeżeli w trakcie eksperymentu aktywizowano u nich stereotyp osoby starej (za pomocą podobnej metody układania zdań), niż kiedy aktywizowano u nich pojęcie neutralne z uwagi na szybkość poruszania.

Uogólniając nieco to, co przedtem powiedzieliśmy o skryptach - aby jakaś struktura wiedzy mogła wpływać na przetwarzanie danych muszą być spełnione co najmniej trzy warunki: struktura owa musi być wykształcona, zaktywizowana i stosowalna do danych przetwarzanych w tej konkretnej sytuacji, o którą idzie (Higgins, 1996).

Wykształcenie schematu jako trwałego elementu wiedzy jest warunkiem najbardziej oczywistym. Jeżeli ktoś nie ma w ogóle takiego schematu jak „psycholog” (tylko niejasno podejrzewa, że to osoba, którą interesują psy) - to, rzecz jasna, nie może się nim posługiwać. Jednak ludzie tej samej kultury podzielają zwykle podobne schematy, zaś socjalizacja może być rozumiana jako proces nabywania struktur umysłowych charakterystycznych dla danej społeczności.

Drugim warunkiem użycia schematu jest jego *a k t y w i z a c j a*, czyli uczynienie, co najprościej można sobie wyobrazić jako „przejście” schematu (lub jego kopii) z pamięci długotrwałej do pamięci operacyjnej, roboczej. Aktywizacja oznacza zatem zmianę stanu funkcjonalnego schematu, który

z wiedzy latentnej, „nieczynnej” przeradza się w wiedzę pamięciowo dostępną, aktualnie przez nas używaną. Aktywizacja jakiejś struktury wiedzy może dochodzić do skutku dwiema drogami. Po pierwsze, może ona mieć charakter percepcyjny czy też „odbodźcowy”, czyli być skutkiem zaobserwowania jakiegoś obiektu związanego z tą strukturą. Najczęstszym przypadkiem staje się oczywiście aktywizowanie schematu wskutek pojawienia się jego egzemplarzy (widok odpowiednio umundurowanej osoby aktywizuje w umyśle schemat policjanta) lub innych, silnie skojarzonych bodźców (schemat policjanta może zostać zaktywizowany także pojawieniem się złodzieja). Po drugie, aktywizacja może mieć charakter „przedpercepcyjny” i oznaczać podwyższoną dostępność pamięciową jakiejś struktury wiedzy już w momencie wejścia człowieka w daną sytuację, a więc przed rozpoczęciem przetwarzania danych dochodzących z zewnątrz. Taka przedpercepcyjna aktywizacja jakiegoś schematu jest tym bardziej prawdopodobna:

- 1) im silniejsze jest subiektywne oczekiwanie pojawienia się w otoczeniu egzemplarzy tego schematu (oczekując złośliwości egzaminatora, skłonni jesteśmy interpretować jako jej przejaw nawet całkiem niewinny jego uśmiech);
- 2) im silniej egzemplarze tego schematu powiązane są z realizacją celów i motywów podmiotu (głodny człowiek zobaczy pomidora tam, gdzie najedzony widzi tylko niewyraźną czerwoną plamę);
- 3) im krótszy czas upłynął od poprzedniego zaktywizowania schematu (po wyjściu z wieczornego seansu w kinie więcej dostrzegamy potencjalnych rabusiów, jeżeli wyświetlano kryminał);
- 4) im częściej dany schemat był aktywizowany w przeszłości.

Prawidłowość (4) jest odpowiedzialna między innymi za „skrzywienia zawodowe” w spostrzeganiu ludzi - np. policjanci widzą więcej przestępców, a psychiatrzy więcej paranoików niż inni. Ogólnie rzecz biorąc, ludzie dość silnie różnią się chroniczną dostępnością poszczególnych struktur wiedzy, a więc tendencją do częstego aktywizowania i używania (również nadużywania) takich kategorii, jak „inteligencja” czy „kobiecość”. Niektóre osoby wykazują dużą, inne małą gotowość do posługiwania się każdą z tych kategorii, a różnice te charakteryzują się znaczną stałością w czasie i decydują o tym, że różni ludzie odmiennie interpretują i pamiętają te same zdarzenia (Higgins, King, Mavin, 1982). Najważniejszą przyczyną odmienności w interpretowaniu tej samej informacji nie jest jednak chroniczne (osobowościowe), lecz chwilowe (sytuacyjne) zróżnicowanie dostępności struktur wiedzy spowodowane niedawnym ich używaniem. Dosłownie setki badań dowodzą, że posługiwanie się jakąś strukturą wiedzy owocuje nasiloną skłonnością do jej używania w następujących potem sytuacjach. Skłonność ta słabnie jako funkcja czasu, zaś spadek ten jest tym wolniejszy, im częściej dana struktura była aktywizowana. W konsekwencji, jeżeli jakaś informacja może być interpretowana przez pryzmat dwóch lub więcej schematów, to jej

przetwarzanie faktycznie kształtuje ten spośród nich, którego użycie było najbliższe (Sedikides, Skowronski, 1991).

Trzecim istotnym warunkiem użycia schematu jest jego stosowność do przetwarzanej informacji, co oznacza, że schemat musi być w pewnym stopniu podobny do spostrzeganej osoby czy zdarzenia (cechy spostrzeganego obiektu muszą się w pewnym stopniu pokrywać z cechami prototypu). Wspominaliśmy już uprzednio o eksperymencie Higginsa, Rhodlesa, Jonesa (1977), w którym przedstawiano badanym Donalda zamierzającego samotnie przepłynąć Atlantyk. Badani, u których przed zapoznaniem się z tą historyjką aktywizowano cechę „odwaga” wyżej oceniali Donalda niż badani, u których aktywizowano „lekkomyślność”. U innych osób badanych w tym samym eksperymencie aktywizowano inne jeszcze cechy pozytywne (np. schludny) lub negatywne (niegrzeczny), co jednak nie wpływało na sądy o Donaldzie, ponieważ cechy te były niestosowne - nie miały nic wspólnego z zamiarem przepłynięcia Atlantyku.

2.2. STEREOTYPY I UPREDZENIA

Zapewne najważniejszym dla orientacji w otoczeniu społecznym rodzajem schematów są stereotypy. Stereotyp to schemat reprezentujący grupę lub rodzaj osób wyodrębnionych z uwagi na jakąś łatwo zauważalną cechę określającą ich społeczną tożsamość, jak płeć, rasa, narodowość, religia, pochodzenie społeczne, zawód. Schemat taki jest zwykle nadmiernie uproszczony, nadogólny (wszyscy członkowie grupy „są” tacy sami), niepodatny na zmiany w wyniku nowych informacji oraz społecznie podzielany, stanowiąc element kultury jakiejś społeczności. Pojęcie pokrewne to uprzedzenie, czyli negatywny lub (rzadziej) pozytywny stosunek do członków jakiejś grupy utrzymywany z tego powodu, że są jej członkami. Najczęstsze postaci uprzedzeń to etnocentryzm - odrzucanie osób należących do grup kulturowo i/lub rasowo odmiennych, a akceptowanie osób kulturowo podobnych, rasizm (np. antysemityzm), nacjonalizm czy szowinizm i seksizm. Wreszcie trzecie pokrewne pojęcie to dyskryminacja, przez którą rozumie się wrogie lub niesprawiedliwe zachowanie wobec osób należących do stereotypizowanej grupy - na podstawie samej przynależności do grupy, a nie indywidualnych właściwości danego człowieka. Stereotyp jest zatem zbiorem sądów na temat członków jakiejś kategorii osób (np. stereotyp kobiecości zawiera przekonania, że kobiety są uległe, bierne i opiekuńcze), uprzedzenie to stosunek emocjonalny (np. niechęć do kobiet), zaś dyskryminacja to zachowania (np. pomijanie kobiet przy awansie). Wszystkie trzy zwykle ze sobą współwystępują, choć ich związek jest na tyle słaby, że owych trzech pojęć nie można utożsamiać (por. Dovidio i in., 1999).

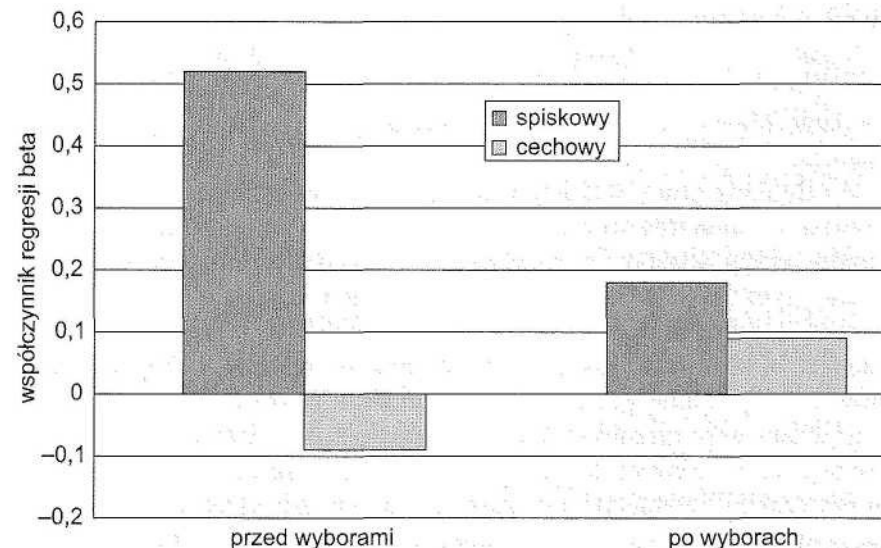
ZZYCIA2.a Stereotyp spiskowy, czyli antysemityzm po polsku

Klasyczna koncepcja stereotypu traktuje go mniej więcej jako listę cech typowych dla przedstawiciela stereotypizowanej grupy. Jednak Mirosław Kofta (1995; 2001) i współpracownicy pokazali, że pewne stereotypy polegają na traktowaniu grupy obcej jako pojedynczego bytu intencjonalnego, podobnego do wrogiej nam osoby. Istotą takiego stereotypu spiskowego jest przeświadczenie, że określona grupa obca dąży do zapanowania nad naszą grupą przez niejawne i podstępne działania. Grupa ta widziana jest więc jako dążąca do władzy i panowania nad światem za pomocą skrytych, choć dobrze skoordynowanych działań, zaś jej członkowie widziani są jako egoiści, popierający siebie nawzajem i bezwolni wykonawcy celów grupy.

Tego rodzaju stereotypy powstają w przypadku długotrwałego konfliktu dużych grup społecznych (narodowościowych i religijnych) o zasoby ekonomiczne, władzę czy terytorium. Stanowią poręczne wyjaśnienie niepożądanych zjawisk społecznych, jak załamanie gospodarcze czy klęska „naszego obozu” politycznego. Stanowią też przewodnik po rekonstrukcji przeszłości (spiskowe teorie dziejów) i podstawę planowania przebiegu przyszłych wydarzeń, a także dostarczają moralnego uzasadnienia dyskryminacji i dehumanizacji grupy obcej.

Badania Kofty pokazują, że znaczna część Polaków (ok. 1/3) wyznaje taki stereotyp spiskowy w odniesieniu do Żydów. Wyraźnie mniej Polaków żywi go w stosunku do Niemców i Rosjan, którzy częściej podejrzewani są o jawne niż skryte dążenie do zapanowania nad światem, finansami czy mass mediami. Co ciekawe, Kofta i Sędek (1995) pokazali, że spiskowy stereotyp Żydów nasila się w okresie kampanii wyborczych, kiedy problematyka władzy i konfliktów międzygrupowych zyskuje czasowo na aktualności. W tych okresach natężenie stereotypu spiskowego szczególnie silnie przewidyuje stopień uprzedzeń wobec Żydów, co przedstawia rysunek 2.2.

Rysunek 2.2. Siła wpływu stereotypu spiskowego i klasycznego („cechowego”) na poziom uprzedzeń w stosunku do Żydów tuż przed i po wyborach parlamentarnych w Polsce w 1991 roku



Miernikiem siły wpływu są współczynniki regresji beta (siła obu stereotypów traktowana jako predyktory; poziom uprzedzeń traktowany jako zmienna objaśniana). Źródło: na podstawie danych Kofty, Sędeka (1995).

Choć dla współczesnych Polaków najsilniejszym obiektem spiskowego stereotypu są Żydzi, a w szczególności Polacy żydowskiego pochodzenia (a więc „wróg wewnętrzny”), nie jest to zjawisko charakterystyczne jedynie dla relacji między tymi dwoma nacjami. Wielu współczesnych Amerykanów uważa za taką spiskującą grupę Japończyków, wielu współczesnych Litwinów myśli tak o Polakach, a niewątpliwie znaczna część Niemców myślała w ten sposób o Żydach w latach dwudziestych, trzydziestych XX wieku, gdy zrodził się i panował faszyzm.

2.2.1. Źródła i funkcje

Większość stereotypów (a także uprzedzeń i skłonności do dyskryminacji) jest przejmowana przez jednostkę z jej otoczenia społecznego. Dowodzi tego bardzo wczesne pojawianie się stereotypów i uprzedzeń, także w stosunku do grup, z którymi ma się niewiele kontaktów. Na przykład już siedmiolatki badane na Opolszczyźnie przez Barbarę Weigl (1999) uważają Cyganów i Żydów za mniej dobrych, prawdopodobnych, czystych i pracowitych niż Niemców, zaś Niemcy pod wszystkimi tymi względami są gorsi od... Polaków. Badając dzieci i młodzież w różnym wieku, Weigl stwierdziła niewiele trendów rozwojowych stereotypów i uprzedzeń narodowościowych - głównie dlatego, że pojawiają się one wcześniej i w „gotowej” już postaci. Choć stereotypy pokolenia dzieci i rodziców są bardzo zbliżone, skorelowanie indywidualnych stereotypów dzieci z rodzicami jest z reguły słabe, co sugeruje, że dzieci przejmują je nie tyle bezpośrednio od rodziców, ile od szerszego otoczenia społecznego.

Ważnym pośrednikiem w przekazywaniu stereotypów jest język. Zarówno w najprostszej warstwie znaczeniowej (w każdym języku znajdziemy bez trudu takie wyrażenia, jak „ocyganić”, „oszwabić”, „pruski dryl” lub „czeski film”), jak i dzięki subtelniemu różnicowaniu sposobów posługiwania się językiem do opisu różnych grup. Przykładem tego ostatniego jest wykryta przez Annę Maass międzygrupowa *a s y m e t r i a* językowa, polegająca na abstrakcyjnym opisie zachowań i zdarzeń stawiających w dobrym świetle członków grupy własnej, a w złym świetle - członków grup obcych. Natomiast w konkretny sposób wyrażane są negatywne informacje na temat członków grupy własnej, a pozytywne - członków grup obcych. Opisem abstrakcyjnym jest zwykle opis w kategoriach trwałych cech („oni byli agresywni”), które mogą się ponownie przejawiać w przyszłości i w innych sytuacjach. Opis konkretny to zwykle opis w kategoriach specyficznych zachowań i epizodów („krzyczeli i wygrażali”), które powtórzyć się nie muszą. Kiedy więc niemieccy skini pobijają się z polskimi, prasa obu krajów nieco inaczej przedstawi to zajście. Nasi dziennikarze napiszą, że polscy skini krzyczeli i wymachiwali pałkami, a ich adwersarze byli hałaśliwi i agresywni. Niemiecka prasa doniesie akurat odwrotnie. Prawdopodobnie nie będzie rozbieżności w przedstawieniu faktów (np. kto zaczął starcie), niemniej sposób interpretacji zdarzenia subtelnie wprowadzi informację, że „nasi” skini są mniej źli od „tamtych” (Maass, Arcuri, 1999).

Równie subtelnym zjawiskiem jest „twarzym”- przedstawianie wizerunku mężczyzny jako zdominowanego przez twarz, zaś wizerunku kobiety jako zdominowanego przez ciało. Analiza niemal dwóch tysięcy zdjęć z kolorowych magazynów i prawie tysiąca portretów malowanych w ciągu ostatnich sześciu wieków wykazała, że 75% wizerunków mężczyzn koncentruje się na samej ich twarzy, natomiast w przypadku kobiet wygląda tak mniej niż połowa wizerunków (Archer i in., 1983). Wywierać to może wpływ na sposób myślenia o kobietach i mężczyznach, bowiem wyeksponowanie twarzy powoduje spostrzeganie osoby ze zdjęcia jako bardziej inteligentnej i ambitnej (w porównaniu z tą samą osobą przedstawioną z resztą ciała).

Zjawiska tego rodzaju przekonują, że stereotypy i uprzedzenia mają charakter społeczny nie tylko w tym sensie, że dotyczą obiektów społecznych (ludzi, grup), ale że są społecznymi konstrukcjami - wytworami pewnego konsensusu co do tego, jacy są członkowie różnych grup i kategorii społecznych. W tym sensie stereotypy pełnią funkcję depozytu i przekaznika wiedzy społecznej o różnych grupach i rodzajach osób. Bezpośrednim dowodem społecznej natury stereotypów jest ich słabnięcie u jednostek, u których podważono przekonanie, że inni członkowie grupy własnej myślą o danej grupie w stereotypowy sposób (Kofta, Narkiewicz-Jodko, Drogosz, 2000).

Wskazanie, że ludzie przejmują stereotypy i uprzedzenia od innych, czy też współtworzą je z innymi na zasadzie społecznego konsensusu nie rozwiązuje do końca kwestii genezy stereotypów, bowiem nie odpowiada na pytanie dlaczego ich obiektem stają się te, a nie inne grupy społeczne i dlaczego stereotypy zawierają te, a nie inne treści. Na pytanie o to, jakie grupy są stereotypizowane odpowiadają dwie kolejne koncepcje.

Teoria rzeczywistego konfliktu interesów zakłada, że uprzedzenia powstają wtedy, kiedy różne grupy społeczne współzawodniczą o trudno dostępne lub skąpe dobra i stają się wrogami rozgrywającymi grę o sumie zerowej, tj. taką, gdzie wygrana jednej ze stron to przegrana drugiej strony. Jednoznacznie i silnie negatywne sądy o przeciwnikach, przekonanie o własnej wyższości moralnej itp. wzmacniają własną pozycję i podnoszą szansę wygrania, a przynajmniej podwyższają komfort psychiczny podczas konfliktu. Liczne dane wskazują zgodnie z tą teorią, że uprzedzenia narastają wraz ze wzrostem konfliktu, np. najniższe klasy społeczne są zwykle najsilniej uprzedzone w stosunku do imigrantów i mniejszości etnicznych (Stephan, 1999), ponieważ ich przedstawiciele są dla nich konkurentami w rywalizacji o pracę i inne zasoby (lepiej uposażone klasy wykonują z reguły zajęcia, na które imigranci i tak nie mają szans). Teoria konfliktu nie wyjaśnia jednak uprzedzeń w stosunku do grup, z którymi się nie rywalizuje, czy nawet nie ma żadnego kontaktu. Np. w Polsce dość częste są uprzedzenia wobec Żydów, choć jest ich w naszym kraju zaledwie kilka tysięcy, co oznacza, że większość Polaków zapewne nigdy nie spotkała Żyda.

Tego rodzaju zjawiska lepiej wyjaśnia teoria przeniesienia agresji. Zakłada ona, że uprzedzenia powstają wtedy, kiedy ludzie przenoszą na grupy mniejszościowe agresję wywołaną frustracją, której sprawca nie może być zaatakowany, gdyż jest abstrakcyjny, nieznamy lub zbyt silny. Np. zmiana systemu polityczno-ekonomicznego, jaka miała miejsce w Polsce w końcu XX wieku, wywołała liczne frustracje i przyniosła poważne koszty różnym grupom społecznym. Grupy te reagowały wzrostem uprzedzeń etnicznych, szczególnie w okresie kampanii wyborczych (por. Z ŻYCIA 2.a). Klasyczną i dramatyczną ilustracją przeniesienia agresji jest ujemna korelacja między cenami bawełny a liczbą linczów dokonywanych przez białych farmerów na Murzynach przez blisko 50 lat na przełomie wieku XIX i XX. Spadek ceny bawełny był silnie frustrujący dla farmerów z południowych stanów USA (gdyż utrzymywali się w dużym stopniu z monokulturowych upraw bawełny) i pociągał za sobą wzrost liczby linczów (Hovland, Sears, 1940). Murzyni byli więc dla białych kozłem ofiarnym, a podobną funkcję dla różnych nacji europejskich spełniali lub spełniają Żydzi.

Koncepcje rzeczywistego konfliktu i przeniesienia agresji wyjaśniają powstawanie raczej uprzedzeń niż stereotypów. Odwrotnie teoria kategoryzacji społecznych - wyjaśnia ona raczej genezę stereotypów zakładając, iż są one ubocznym skutkiem skądinąd normalnego funkcjonowania ludzkiego umysłu - dzielenia napotykanym osób na kategorie i gromadzeniu o nich wiedzy. Dzięki temu nie trzeba każdej osoby „uczyć się” od nowa i oddzielnie, można wykorzystać zgromadzoną już wiedzę o rodzajach ludzi, można wyjść „poza dostarczone informacje” (wnioskować o brakujących danych i przewidywać) oraz można automatycznie przetwarzać informacje o innym człowieku, oszczędzając czas i zasoby umysłowe, czyli wykorzystywać stereotyp jako narzędzie umysłowe (Mackie i in., 1999).

Brytyjski psycholog Henri Tajfel (1981) wykazał, że nałożenie się kategoryzacji obiektów (ich przynależności do różnych jakościowo kategorii) na ich zmienność pod względem jakiejś cechy ciągłej prowadzi do dwóch konsekwencji: (1) wzrostu spostrzeganych różnic międzykategorialnych oraz (2) spadku spostrzeganych różnic wewnątrz-kategorialnych. Dzieje się tak pod warunkiem, że kategoryzacja jest systematycznie powiązana z cechą ciągłą. Przykładem jest skorelowanie kategorii płci z cechą agresywności: mężczyźni są bardziej agresywni od kobiet. Wzrost spostrzeganych różnic międzykategorialnych oznacza, że subiektywne różnice między kobietami i mężczyznami pod względem agresywności zostają zaakcentowane, czyli stają się większe niż w rzeczywistości. Spadek spostrzeganych różnic wewnątrz-kategorialnych oznacza, że różnice wśród kobiet są subiektywnie pomniejszane - są one widziane jako bardziej jednakowo łagodne, niż to jest w rzeczywistości. Podobne pomniejszenie różnic dotyczy także i drugiej kategorii - mężczyźni są widziani jako bardziej jednakowo agresywni niż to jest w rzeczywistości. Kiedy więc dwie osoby są widziane jako przed-

stawiciele tej samej kategorii (Marian i Leszek są bokserami), to spostrzegamy je jako bardziej podobne do siebie (obu uważamy za agresywnych), niż wtedy, kiedy traktowalibyśmy je jako niepowiązane jednostki. Gdy zaś dwie osoby widziane są jako przedstawiciele odmiennych kategorii (Marian jest bokserem, Leszek szachistą), to spostrzegamy je jako bardziej różniące się od siebie (Mariana jako agresywnego, Leszka jako łagodnego), niż miałyby to miejsce bez zaliczenia każdej z tych osób do odrębnych kategorii poziomu agresywności. Późniejsze badania wykazały jednak, iż spadek różnic wewnątrz-kategorialnych, czyli spostrzegana jednorodność przedstawicieli grupy dotyczy w szczególności grup obcych (których spostrzegający podmiot nie jest członkiem), a tylko w niewielkim stopniu dotyczy grupy własnej, czyli kategorii, do której należy sam spostrzegający podmiot. Ten efekt jednorodności grupy obcej wyraża się nie tylko w przekonaniu, że „oni (Chińczycy, Rosjanie itd.) są wszyscy tacy sami”, ale też w faktycznie częstszym myleniu członków grupy obcej niż własnej (Anthony i in., 1992). Efekt jednorodności grupy obcej wynika z ignorancji - czyli niewielkiej znajomości grupy obcej - oraz ze skłonności do kodowania danych o członkach grupy obcej jako informacji o grupie, zaś danych o członkach grupy własnej jako informacji o poszczególnych osobach. Jeżeli na wakacjach w Krynicy spotkaliśmy Hildegardę i Heidegundę, to istnieje duża szansa, że dotyczące ich dane zapamiętamy jako informacje o Niemkach, w dodatku myląc co robiła Hildegarda, a co Heidegunda. Natomiast Zuzia i Krysia zostaną zapamiętane nie jako Polki, lecz jako konkretne osoby.

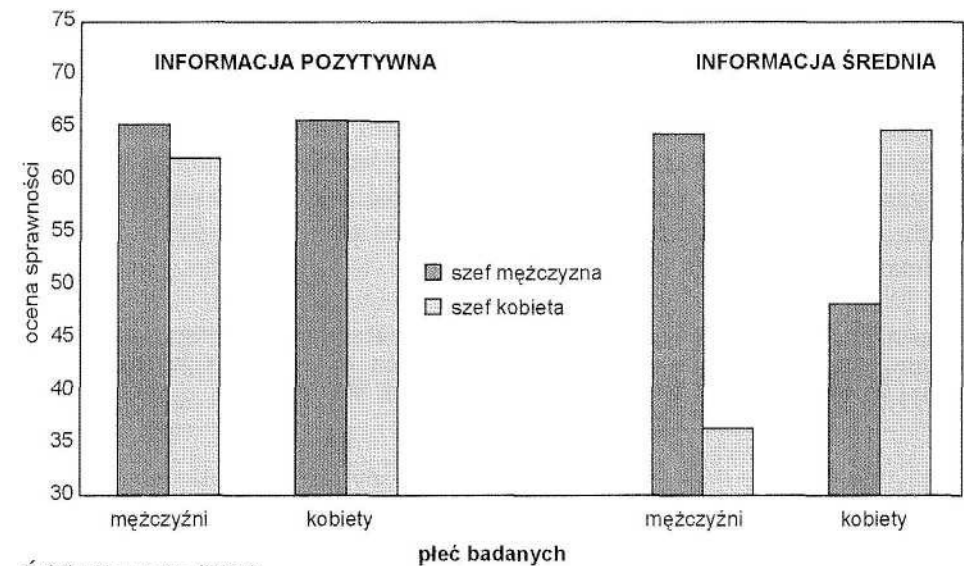
Zjawiska te występują nie tylko w spostrzeganiu ludzi traktowanych jako przedstawiciele dobrze znanych kategorii (jak mężczyźni, bokserzy, Rosjanie itd.), lecz także wtedy, kiedy podział na grupy ma charakter sytuacyjny i opiera się na zupełnie nieistotnych przesłankach. Wykazał to Tajfel (1969), aranżując warunki swego eksperymentu w sposób znany pod nazwą *minimalnej sytuacji międzygrupowej*. Uczestnicy badania oceniali obrazy dwóch malarzy - Klee i Kandinskiego. Między badanymi nie dochodziło do rzeczywistej interakcji, jednak Tajfel poinformował każdego z nich, kto spośród obecnych rzekomo woli Klee od Kandinskiego, a kto odwrotnie. Na zakończenie badania uczestnicy nawzajem się oceniali i przydzielali drobne nagrody. Okazało się, że ta niewielka różnica pomiędzy uczestnikami eksperymentu wystarczyła do pojawienia się podziału na grupę własną (my - zwolennicy Klee) i grupę obcą (oni - zwolennicy Kandinskiego) i *faworyzacji* grupy własnej - tj. bardziej pozytywnych ocen i zachowań kierowanych na członków grupy własnej niż obcej. Dziesiątki późniejszych badań powtórzyły wyniki Tajfela, a faworyzacja grupy własnej jest zjawiskiem bardzo charakterystycznym dla relacji międzygrupowych. Np. polscy licealiści przypisują Polakom znacznie więcej zalet (średnio 18,7 na 30 możliwych), niż Niemcom (13,49), Rosjanom (8,90), czy przedstawicielom jakiejkolwiek innej narodowości (Łukaszewski, 1999).

Zjawisko faworyzacji grupy własnej i bliźniacze zjawisko deprecjacji grup obcych wyjaśnia te o r i a t o ż s a m o ś c i s p o ł e c z n e j (Tajfel, Turner, 1986). Zakłada ona, że: (1) ludzie mają skłonność do dzielenia napotkanych osób na kategorie, (2) w przypadku społecznych kategoryzacji jedna identyfikuje zawsze własną kategorię podmiotu (my), zaś pozostałe identyfikują grupy obce oraz (3) ważnym źródłem pozytywnej samooceny jest dla ludzi przynależność do cenionych grup społecznych. Skłonność do przekonania, że własna grupa jest lepsza od pozostałych stanowi więc sposób obrony i/lub podwyższania samooceny, a ten motyw a u t o w a l o r y z a c j i jest jednym z najsilniejszych pozabiologicznych motywów ludzkich, jak przekonamy się w rozdziale 4. Teoria tożsamości społecznej pozwala przewidywać, że faworyzacja grupy własnej nasila tożsamość społeczną (identyfikowanie się jednostek z grupą własną) i podwyższa samoocenę. Wiele badań dowodzi, że sukces w rywalizacji międzygrupowej faktycznie nasila identyfikację z grupą (Rubin, Hewstone, 1998). Np. klasyczne badania Cialdiniego i współpracowników (1976) wykazały, że w poniedziałek tuż po niedzielnych zwycięstwie uniwersyteckiej drużyny futbolowej więcej studentów nakładało ubiory z emblematami własnego uniwersytetu niż w poniedziałek po meczu przegranym.

Teoria tożsamości społecznej przewiduje też wzrost faworyzacji grupy własnej, a deprecjacji grupy obcej w warunkach zagrożenia samooceny, a spadek tych skłonności - w warunkach podbudowania samooceny. Drugą część tej hipotezy potwierdzają badania, w których mężczyźni i kobiety oceniali sprawność kierownika-kobiety lub kierownika-mężczyzny na podstawie jednostronicowego opisu jej bądź jego zachowań. Tuż przed tym zadaniem badani otrzymywali sprzężenie zwrotne na temat wyników uzyskanych w teście „inteligencji emocjonalnej” rozwiązywanym tydzień wcześniej. Jak pokazuje rysunek 2.3, badani dowiadujący się, że wypadli średnio wykazywali silną faworyzację własnej płci i deprecjację płci przeciwnej. Mężczyźni oceniali kierownika-mężczyznę wyżej niż kierownika-kobietę, zaś oceny badanych kobiet układały się odwrotnie. Skłonność do deprecjacji płci przeciwnej zanikała natomiast u osób, których samoocena została wzmocniona bardzo pozytywnym sprzężeniem zwrotnym o wyniku w teście.

Podsumowując, stereotypy i uprzedzenia są przede wszystkim przejmowane od innych, a ich wyznawanie w dużym stopniu jest przejawem konformizmu i dostosowywania się do norm własnej grupy. Stereotypy i uprzedzenia dotyczą w szczególności grup, na które własna grupa przenosi agresję, lub z którymi pozostaje w konflikcie. Wreszcie stereotypy są przejawem i konsekwencją procesów kategoryzacji, a więc dzielenia ludzi na grupy czy rodzaje. Ważną funkcją stereotypów jest gromadzenie i przekazywanie wiedzy społeczności o różnych grupach, uproszczenie procesu przetwarzania informacji o nowo napotkanych osobach oraz obrona i/lub podwyższenie samooceny dzięki spostrzeganiu grupy własnej jako bardziej pozytywnej od innych grup.

Rysunek 2.3. Oceny kierownika-kobiety i kierownika-mężczyzny wydawane przez badanych mężczyzn i kobiety w warunkach średniego lub bardzo pozytywnego sprzężenia zwrotnego o wynikach uzyskanych w poprzednio rozwiązywanym teście



Źródło: Nawrocka (2001).

2.2.2. Wpływ na przetwarzanie informacji

Podobnie jak wszystkie struktury wiedzy, stereotypy ułatwiają przetwarzanie związanych z nimi danych. Macrae, Stangor i Milne (1994) wykazali w serii precyzyjnych badań, że aktywizacja stereotypu ułatwia wykrywanie związanych z nim treści. W jednym ze swoich eksperymentów prosili uczestników, aby przez 5 minut myśleli o „szalikowcach”, czyli kibicach chuliganach. Bezpośrednio potem uczestnicy brali udział w rzekomo odrębnym badaniu, w którym odczytywali słowa na ekranie komputera. Słowa te były jednak zdegradowane - pokryte zaciemniającymi je kropkami, których liczba zmniejszała się z ekspozycji na ekspozycję, odsłaniając słowo. Słowa dotyczące szalikowców (brutalny, chamski, arogancki) były odczytywane przy silniejszej degradacji niż słowa nie dotyczące stereotypu. Tak więc po aktywizacji stereotypu, mniejsza ilość informacji wystarcza do wykrycia związanych z nim treści.

Co ważne, stereotypy umożliwiają także „zaoszczędzenie” operacyjnych zasobów umysłu, a dzięki temu lepsze wykonanie innych, równoległe rozwiązywanych zadań. Dowodzi tego eksperyment, którego uczestnicy wykonywali równocześnie dwa zadania: wyrabiali sobie opinie na temat czterech różnych osób oraz wysłuchiwali wykładu o Indonezji - kraju, o którym zapewne niewiele przedtem wiedzieli. Informacje o osobach spostrzeganych wyświetlane były na ekranie komputera w postaci przymiotników opisujących

ich cechy, np. „Marek - twórczy”, Piotr - agresywny”. Połowa cech pasowała zawsze do pewnego stereotypu (np. artyści, jak „twórczy”, czy „niekonwencjonalny” albo skina, jak „niebezpieczny” czy „agresywny”), druga połowa cech nie wiązała się z żadnym wyraźnym rodzajem człowieka (np. „bierny”, „skromny” i „optymista”). Ponadto manipulowano aktywizacją stereotypu: części badanych mówiono wprost, jakiego rodzaju człowiekiem jest każda z osób spostrzeganych (informowano, że Marek jest artystą, Piotr skinem itd.), części badanych nie podawano tej informacji. Po zakończeniu eksperymentu badanych proszono o przypomnienie sobie zarówno cech kolejnych osób spostrzeganych, jak i o wypełnienie testu wiadomości na temat Indonezji.

Tabela 2.1. Średni poziom przypominania cech neutralnych i zgodnych ze stereotypem oraz wyniki testu wiadomości dotyczącego równolegle wysłuchiwanego treści w warunkach aktywizacji i braku aktywizacji stereotypu

	Stereotyp	
	aktywizowany	nieaktywizowany
odtworzenie cech •	4,42	2,08
zgodnych •	1,83	1,33
neutralnych test	8,75	6,66
wiadomości		

Źródło: Macrae, Milne, Bodenhausen (1994).

Jak ilustruje tabela 2.1, posługiwanie się stereotypem w spostrzeganiu innych osób ułatwiało przypominanie stereotypowych informacji dotyczących tych osób, choć nie wpływało na pamięć cech neutralnych z uwagi na stereotyp. Co więcej, ci badani, którzy posługiwali się stereotypami zapamiętywali także istotnie więcej informacji z równolegle wysłuchiwanego wykładu na temat Indonezji. Aktywizacja stereotypów powodowała zatem uproszczenie procesu wyrobienia sobie opinii o osobach spostrzeganych - zamiast pamiętać wszystkie kolejne cechy (np. opisywanego im Marka), badani zapamiętywali głównie to, że był artystą. Ułatwiało to późniejsze przypominanie sobie jego typowych cech artysty, zaś cały proces kształtowania opinii na temat spostrzeganych osób ulegał uproszczeniu, dzięki czemu proces ów pochłaniał mniej operacyjnych zasobów umysłu (pamięci roboczej). W konsekwencji, badani mogli więcej zasobów umysłowych poświęcić na słuchanie wykładu i lepiej zapamiętać jego treść.

Wiele badań dowodzi także odwrotnego związku zasobów poznawczych ze skłonnością do posługiwania się stereotypami: ograniczenie zasobów nasila skłonność do stereotypów, ponieważ posługiwanie się nimi jest możliwe nawet przy zasobach ograniczonych wskutek pośpiechu, zmęczenia czy równoległego wykonywania innych zadań. Jedną z bardziej interesujących demonstracji tego zjawiska jest badanie, w którym osoby „poranne” i „wie-

czarne" (których szczyt aktywności umysłowej przypada na początek bądź koniec dnia) rozstrzygały o winie sprawcy pewnego wykroczenia o godzinie 9 rano lub o 8 wieczorem (Bodenhausen, 1990). Kiedy dany rodzaj sprawcy był stereotypowo wiązany z danym rodzajem wykroczenia (np. student sportowiec być może ściąga na egzaminie), badani oceniali jego winę jako bardziej prawdopodobną w porach dnia najmniej sprzyjających ich funkcjonowaniu umysłowemu. Osoby poranne najsilniej popadały w stereotypy o 8 wieczorem, zaś osoby wieczorne popadały w nie o 9 rano. Tego rodzaju różnic w ocenie winy nie stwierdzono, gdy podejrzany nie był stereotypowo wiązany z danym rodzajem wykroczenia (np. student sportowiec być może rozprawia narkotyki).

Bardzo wiele badań dowodzi także, iż stereotypy wpływają w pewnych warunkach na treść spostrzeżeń dotyczących członków stereotypizowanych grup (o czym mowa w rozdz. 3), na poczucie własnej tożsamości człowieka (o czym mowa w rozdz. 4 i 12), a także na sposób, w jaki są oni traktowani przez innych (o czym mowa w rozdziale 12).

2.2.3. Modyfikacja i kontrola

Stereotypy i uprzedzenia są często funkcjonalne i użyteczne z punktu widzenia posługującej się nimi jednostki gdyż pozwalają wykorzystać wiedzę innych i usprawiedliwić istniejący porządek społeczny, zaoszczędzić czas i wysiłek poznawczy, spostrzegać ludzi w trakcie równoczesnego wykonywania innych zadań itd. Nie ulega jednak wątpliwości, że ze społecznego punktu widzenia, stereotypy i uprzedzenia często bywają dysfunkcjonalne, ponieważ przyczyniają się do zaostrzenia konfliktów społecznych, niesprawiedliwego traktowania jednostek czy marnowania talentów, jeżeli są posiadane przez osobę pochodzącą z grupy, której stereotyp wyklucza ten talent (np. kobiety uzdolnione jako organizatorki często są niedopuszczane do pozycji kierowniczych, gdyż stereotyp kobiecości wyklucza skuteczne kierowanie innymi). Stąd też psychologowie wiele uwagi poświęcili możliwościom modyfikowania stereotypów i uprzedzeń oraz kontrolowania ich wpływu na własne reakcje spostrzegającego, czyli niedopuszczania do tego, by wywierały wpływ na spostrzeganie konkretnych osób.

Najpopularniejsza koncepcja modyfikacji stereotypów i uprzedzeń to hipoteza kontaktu, zakładająca, że ich źródłem jest niewiedza i brak kontaktu z grupami obcymi (Allport, 1954). Aby uprzedzenia i stereotypy zlikwidować, należy doprowadzić do wzajemnych kontaktów i poznawania się przez członków różnych grup, co zaowocuje rozpoznaniem, że nie wszystkie cechy członków grupy obcej są negatywne i nie wszyscy oni są tacy sami. Niewątpliwie kontakt pomaga w redukcji uprzedzeń - np. wyraźne słabnięcie uprzedzeń Polaków do Niemców, jakie obserwowano w pierwszej połowie lat 90. (Strzeszewski, 2000a), można przynajmniej po części przypisać

sać zwiększeniu liczby kontaktów z naszymi zachodnimi sąsiadami po upadku reżimu komunistycznego. Jednak nie każdy rodzaj kontaktu owocuje spadkiem uprzedzeń.

Po pierwsze, skuteczny jest kontakt w warunkach współpracy i współzależności, w przeciwieństwie do warunków rywalizacji, gdzie kontakt często nasila uprzedzenia. Dobrą ilustracją i praktycznym wykorzystaniem tego zjawiska jest „klasa układanka” wymyślona przez Elliota Aronsona (2000) i współpracowników. Polega ona na dzieleniu uczniów w klasie na zespoły w taki sposób, by w każdym znalazły się dzieci o różnym pochodzeniu etnicznym. Zespół otrzymuje wspólne zadanie (np. nauczyć się życiorysu Kolumba), które może rozwiązać tylko pod warunkiem wniesienia pewnego wkładu przez każdego członka zespołu (np. każde dziecko otrzymuje inny fragment życiorysu Kolumba, a pozostałe dzieci mogą o tej części biografii dowiedzieć się tylko od niego). Po takim zorganizowaniu działań klasy zaobserwowano bardzo wyraźny spadek uprzedzeń etnicznych wśród uczniów. Dzieci, które dotąd były wyśmiewane, np. z powodu słabej znajomości angielskiego, spotykały się z silnym wsparciem rówieśników, którzy starali się im zapewnić jak najlepsze warunki funkcjonowania (by poznać brakujące fragmenty życiorysu Kolumba i dostać dobrą ocenę). Metoda ta działa głównie wtedy, gdy współpraca kończy się sukcesem, bowiem porażka często kończy się obwinianiem przedstawicieli grup mniejszościowych (Mackie i in., 1992).

Po drugie, redukcja uprzedzeń wymaga kontaktu osób równych sobie statusem społecznym. Jeżeli kontakty Polaków z Ukraińcami będą ograniczać się głównie do relacji pracodawca-pracobiorca (zwykle na „czarnym rynku”, poza obszarem praw chroniących pracobiorcę), to trudno spodziewać się redukcji wzajemnych uprzedzeń. Kontakt powinien też być wielokrotny i głęboki, tak by zawierał w sobie możliwości bliższego poznania i zaprzyjaźnienia się - np. tylko tego rodzaju kontakty z homoseksualistami prowadzą do spadku uprzedzeń, jakie są wobec nich powszechnie żywione (Herek, Capitanio, 1996). Wreszcie kontakty między grupowe bardziej owocują redukcją uprzedzeń, gdy cieszą się pewnym wsparciem instytucjonalnym. Na przykład bardzo znaczny spadek uprzedzeń rasowych w USA (jeszcze w latach 60. Murzynom nie wolno było chodzić do wielu szkół, zajmować miejsc w autobusach wyznaczonych dla białych itd.) dokonał się w dużej części za sprawą różnych regulacji prawnych zwalczających segregację rasową, a posłuch wobec tych praw był nieraz wymuszany z udziałem policji (por. Stephan, Stephan, 1999).

Bardziej współczesne podejście do redukcji uprzedzeń odwołuje się do poznawczych mechanizmów ich powstawania i zasadza się na r e k a t e g o - r y z a c j i, czyli inspirowaniu ludzi, by spostrzegali innych nie jako przedstawicieli grupy obcej, lecz jako „egzemplarze” szerszych kategorii, do których należy też i spostrzegający podmiot, albo przedstawicieli kategorii niewywołujących negatywnych uprzedzeń (a więc spostrzegali daną osobę

np. nie jako Żyda, lecz jako lekarza). Uprzedzenia w stosunku do eksperymentalnie skonstruowanej grupy obcej można zredukować przez stworzenie kolejnej kategoryzacji obejmującej także członków grupy obcej, którzy z uwagi na nową kategoryzację stają się członkami grupy własnej (Dovidio i in., 1995). Nie wiadomo jednak, jak dalece tego rodzaju efekty generalizują się na wzajemne spostrzeganie skonfliktowanych grup społecznych.

Innym sposobem przeciwdziałania uprzedzeniom i stereotypom jest ich świadoma kontrola - powstrzymywanie się od tego, aby wpłynęły na nasze sądy i zachowania. Wielu psychologów zachowuje sceptycyzm wobec możliwości kontrolowania stereotypów, ponieważ uważa je za nieuchronną konsekwencję funkcjonowania umysłu (Kurcz, 1994), w dodatku o automatycznym charakterze, a więc trudną do skontrolowania. Np. Patricia Devine (1989) aktywizowała u swoich badanych kategorię „Murzyn” za pomocą podprogowego wyświetlania jej nazwy i niektórych cech z nią związanych (jak „jazz”). Następnie badani oceniali pewną opisaną im szkieletowo osobę i okazało się, że spostrzegali ją jako bardziej agresywną, jeżeli przedtem zaktywizowano im zawierający agresję stereotyp Murzyna. Zjawisko to występowało niezależnie od natężenia uprzedzeń w stosunku do Murzynów, co było dla wielu psychologów dodatkowym argumentem, że na automatycznie aktywizowane stereotypy „nie ma rady”. Ponadto seria badań wykazała, że próby kontrolowania stereotypu mogą skutkować efektem sprężyny, czyli wzrostem wpływu stereotypu na spostrzeganie i zachowanie, gdy człowiek już przestaje się kontrolować (Bodenhausen, Macrae, 1999). W jednym z tych badań proszono uczestników, aby opisali typowy dzień z życia osoby przedstawionej im na zdjęciu, z którego jasno wynikało, że jest ona skinem. Część badanych poproszono przy tym, aby starali się nie popadać w stereotypy, części nie dawano takiej instrukcji. Pierwszej części badanych udało się napisać faktycznie mniej stereotypowe charakterystyki, czyli ich samokontrola okazała się skuteczna. Jednak tylko do czasu, bowiem gdy potem mieli usiąść obok nieznanej osoby, aby wykonać wspólnie następne zadania, siadali dalej niż pozostali badani od zajmowanego przez nią miejsca, gdy z pozostawionych rzeczy wynikało, że osoba ta jest skinem. Zjawisko sprężyny tłumaczy się wzrostem dostępności stereotypu wskutek prób jego kontrolowania.

Jednak późniejsze badania pokazały, że sam proces kontroli można zautomatyzować, tak więc zjawisko sprężyny nie jest nieuchronne (van Knippenberg, Dijksterhuis, 2000). Ponadto, w większości badań aktywizowano stereotypy za pomocą ekspozycji ich etykiet lub związanych z nimi treści, co nie jest zbyt podobne do napotkania przedstawiciela stereotypizowanej grupy. Jeżeli spotykamy starszą kobietę, która jest nauczycielką żydowskiego pochodzenia, to możemy ją skategoryzować jako kobietę, staruszkę, nauczycielkę lub Żydówkę i wcale nie jest przesądzone, że to właśnie kategoria

etniczna będzie odgrywała najważniejszą rolę w naszym jej spostrzeganiu.

Jeżeli ma np. uczyć nasze dziecko, to prawdopodobnie najważniejsza będzie kategoria „nauczycielka”. Wreszcie, spostrzeganie ludzi na podstawie stereotypów jest pewną uproszczoną heurystyką wydawania sądów, a tego rodzaju uproszczenia są z niejednakowym natężeniem stosowane w różnych warunkach, o czym mowa dalej (por. też *KONCEPCJA 2*).

ZŻYCIA 2.b Redukowanie uprzedzeń etnicznych na Opolszczyźnie

Barbara Weigl (1999) wykonała wraz ze współpracowniczkami serię eksperymentów naturalnych dotyczących modyfikacji uprzedzeń u dzieci pod wpływem różnego rodzaju zabiegów. Pierwsze badanie z tej serii było zakrojone bardzo szeroko - oddziaływaniem programu objęto ponad 400 dzieci z 18 klas szkolnych, zaś same oddziaływania ukierunkowane na redukcję uprzedzeń miały aż 5 różnych form. Ich wspólnym celem było uświadomienie dzieciom fundamentalnych podobieństw między ludźmi należącymi do różnych kategorii społecznych (narodowości) oraz zróżnicowanie osób należących do tej samej kategorii. Oddziaływania te miały przemyślaną postać wyprowadzoną każdorazowo z ciekawych i rzetelnych przesłanek teoretycznych. Np. jedno z oddziaływań „fantazjowanie - odgrywanie scenariuszy w wyobraźni”, w których dzieci wyobrażały sobie różne interakcje z przedstawicielami grupy obcej, opierało się na heurystyce dostępności i teorii autopercepcji Bema, inne oddziaływanie „uniwersalne podobieństwo” polegało na odgrywaniu przez dzieci roli członków różnych grup etnicznych, co miało prowadzić do zauważania wzajemnych podobieństw ludzi o różnym pochodzeniu etnicznym, a w konsekwencji do redukcji uprzedzeń wskutek dobrze znanej prawidłowości, że podobieństwo innych prowadzi do wzrostu pozytywnych do nich ustosunkowań. Większość opracowanych przez autorkę manipulacji eksperymentalnych (a w szczególności „uniwersalne podobieństwo”) okazała się skutecznym środkiem redukcji uprzedzeń, szczególnie w odniesieniu do grup zwyczajowo najsilniej stygmatyzowanych, to jest Cyganów i Żydów. Warto przy tym podkreślić, że efekty te miały charakter etnicznie niespecyficzny, tzn. oddziaływania eksperymentalne były celowo ukierunkowane na inne grupy etniczne niż grupy, w stosunku do których mierzono na zakończenie poziom uprzedzeń. W ogólnym zarysie wyniki te zostały następnie powtórzone w dwóch kolejnych programach oddziaływań mających charakter eksperymentu naturalnego - programie modyfikacyjnym „światlice opolskie” i w wielokulturowym programie edukacyjnym opolskiej szkoły TAK, opisanym szczegółowo w książce pt. Inni to także my (Weigl, Maliszewicz, 1998).

W trzech kolejnych badaniach w pomysłowy sposób i z dobrym skutkiem wykorzystywano regułę wzajemności jako metodę modyfikacji uprzedzeń w stosunku do różnych grup etnicznych i wyznaniowych. Ostatnie wreszcie badanie, które również zakrojone było na szeroką skalę (programem oddziaływań objęto ponad 200 dzieci szkolnych), wykazało pewną redukcję uprzedzeń narodowościowych w stosunku do grupy, o której dzieciom przekazano pewną ilość informacji pozytywnych i neutralnych.

2.3. HEURYSTYKI FORMUŁOWANIA SĄDÓW

Otoczenie społeczne współczesnego człowieka jest bardzo bogate w informacje - spotykamy codziennie dziesiątki ludzi, innych widzimy w telewizji lub czytamy o nich w prasie; uczestniczymy w dziesiątkach interakcji społecznych, a przynajmniej je obserwujemy. Ilość informacji dopływających

do naszego umysłu znacznie przekracza możliwości ich dokładnego, analitycznego przetworzenia, podobnie jak liczba podejmowanych na co dzień mniejszych i większych decyzji (którą markę pasty do zębów kupić? na który z filmów się wybrać?) znacznie przekracza nasze możliwości ich przemyślanego podjęcia. W tej sytuacji umysł nasz ucieka się do heurystyk, czyli uproszczonych reguł myślenia pozwalających na formułowanie sądów bez analizy większości informacji, na których sąd powinien się opierać. Heurystyki są nieświadomie stosowanymi „drogami na skróty” w przetwarzaniu informacji postulowanymi pierwotnie przez Davida Kahnemana i Amos Tversky'ego (Kahneman, Tversky, 1972; 1973; Tversky, Kahneman, 1973), którzy nawiązali - do klasycznego już w psychologii myślenia - rozróżnienia między algorytmem (niezawodną, choć często złożoną metodą rozwiązywania problemu) a heurystyką (metodą prostą, zawodną, choć zwykle skuteczną). Najważniejsze drogi na skróty w formułowaniu sądów to heurystyką dostępności, heurystyką zakotwiczenia/dostosowania, heurystyką symulacji i heurystyką reprezentatywności.

2.3.1. Heurystyką dostępności

Heurystyką dostępności to ocena częstości lub prawdopodobieństwa zdarzeń w oparciu o łatwość, z jaką przychodzą nam na myśl ich przykłady, czyli egzemplarze. Zwykle heurystyką ta prowadzi do formułowania trafnych ocen, ponieważ zdarzenia częste są łatwo dostępne pamięciowo (często je napotykamy, często o nich myślimy, a więc łatwo je przypomnieć). Jednak czasami bywa ona myląca, ponieważ nie wszystkie informacje dostępne pamięciowo dotyczą zdarzeń częstych. Na przykład jeśli spytać ludzi, co jest częstszą przyczyną śmierci w Polsce - zabójstwo czy samobójstwo, znaczna większość odpowiada, że to pierwsze. Jednak *Rocznik statystyczny* przekonuje, iż w rzeczywistości z powodu zabójstw ginie w naszym kraju ok. tysiąc osób rocznie, zaś w wyniku samobójstwa aż pięciokrotnie więcej. Dlaczego zatem ludzie intuicyjnie sądzą, że jest odwrotnie? Oczywiście ważną przyczyną są mass media, znacznie częściej donoszące o zabójstwach, które bywają spektakularne (czternastolatki mordują rówieśnika, gdyż ten uderzył ich koleżankę; bandyci mordują byłego ministra, gdyż ten nie wywiązał się z obietnicy protekcji), niż o samobójstwach, które są zwykle sprawą dość wstydliwą, a w każdym razie mało medialną.

Heurystyką dostępności prowadzi do wzrostu wpływu wywieranego na nasze sądy przez zdarzenia łatwo przypominane (choć niekoniecznie częste), a więc: dramatyczne, konkretne i wyraziste, niedawne, wielokrotnie omawiane w mass mediach i lokalnie dominujące (często pojawiające się w naszym bezpośrednim otoczeniu). Na tej zasadzie wiele osób boi się podróży

samolotem, choć znacznie mniej ludzi ginie w wypadkach lotniczych niż samochodowych. Jednak te pierwsze są lepiej pamiętane, bo bardziej widowiskowe i dramatyczne - gdy już dojdzie do katastrofy powietrznej, zwykle giną setki osób.

U podstaw heurystyki dostępności leży subiektywne uczucie łatwości wydobycia jakiejś informacji z pamięci, a uczucie to może silniej wpływać na nasze sądy niż treść owej informacji. Dowodzi tego badanie Norberta Schwarza i współpracowników (1991), którzy prosili studentów o przypomnienie sobie albo 6, albo 12 własnych zachowań asertywnych bądź też nieasertywnych, a następnie o dokonanie oceny własnej asertywności. W badaniu pilotażowym autorzy stwierdzili, że ludzie przypominają sobie przeciętnie 9 tego rodzaju zachowań i na tej podstawie przewidywali, że przypomnienie 6 zachowań będzie doświadczane jako łatwe, zaś przypomnienie 12 - jako trudne. Jeżeli ludzie opierają sądy o własnej asertywności na liczbie przypominanych zachowań tego typu, to osoby przypominające sobie aż 12 zachowań powinny oceniać siebie jako bardziej asertywne niż osoby przypominające sobie tylko 6. Jeżeli jednak ludzie opierają sądy o własnej asertywności na podstawie łatwości przypominania sobie egzemplarzy tej cechy (tj. własnych zachowań ją wyrażających), to osoby przypominające sobie zaledwie 6 zachowań powinny uważać się za bardziej asertywne, niż osoby przypominające sobie (z trudem) aż 12 zachowań. Wyniki badań potwierdziły drugie z tych przewidywań, oparte na heurystyce dostępności - zarówno dla badanych, którzy oceniali własną asertywność, jak i badanych oceniających własną nieasertywność.

2.3.2. Heurystyka zakotwiczenia/dostosowania

Heurystyka zakotwiczenia/dostosowania polega na tym, że oceniając jakąś wartość liczbową (liczbę przypadków, częstość, prawdopodobieństwo) bierzemy za punkt wyjścia jakąś łatwo dostępną (np. podawaną przez innych, liczbę) a następnie modyfikujemy ją stosownie do kontekstu i swej wiedzy. Jednak modyfikacja jest zwykle niewystarczająca i sąd jest przesunięty w kierunku owej pierwszej liczby, która ogranicza zakres sądu, tak jak kotwica ogranicza zakres ruchów statku, który ją zarzucił.

Rozważmy sytuację kupowania domu i oceny, jaka jest jego rzeczywista wartość. Pośrednik agencji handlu nieruchomościami pokazuje nam dom i mówi, jaka jest jego cena, zaś my musimy zdecydować nie tylko czy dom nam się podoba czy nie, ale także, czy cena odpowiada rzeczywistej wartości. Na czym oprzemy tę ocenę? Heurystyka zakotwiczenia/dostosowania każe przewidywać, że punktem wyjścia będzie cena podana przez pośrednika. Znając źródło zarobków agenta handlu nieruchomościami, podejrzewamy,

że podana przez niego cena jest zawyżona, tak więc dostosowujemy do tej wiedzy swoją ocenę i obniżamy podaną przez niego liczbą, szacując rzeczywistą wartość domu. Jednak podana przez pośrednika cena wywoławcza działa niczym kotwica utrzymująca nasze oceny „na wodzy”. Innymi słowy - im wyższą sumę poda pośrednik, tym wyższa jest nasza ocena rzeczywistej (a więc odekwatnej do jego radości, położenia itd.) wartości domu. Dowodzi tego eksperyment, w którym badani - albo studenci, albo zawodowi sprzedawcy nieruchomości - oglądali pewien dom, po czym oceniali jego rzeczywistą wartość. W eksperymencie manipulowano ceną wywoławczą domu, która występowała na jednym z czterech poziomów: od 119,9 do 149,9 tysięcy dolarów. Jak ilustruje tabela 2.2, oszacowanie rzeczywistej wartości domu wypadało zawsze poniżej ceny wywoławczej, jednak ta ostatnia wyraźnie działała jak zakotwiczenie sądu - im wyższa była cena wywoławcza, tym wyższe oszacowanie. Zgodnie z przewidywaniami, wpływ zakotwiczenia był silniejszy w przypadku studentów niż zawodowych sprzedawców nieruchomości, bowiem ci ostatni mieli dzięki swej wiedzy więcej przesłanek do oszacowania rzeczywistej wartości domu, zaś studenci jako laicy mieli większą skłonność do opierania się na samej cenie wywoławczej. Jednak, co zdumiewające, nawet zawodowi sprzedawcy ulegali heurystyce zakotwiczenia/dostosowania. Choć więc wiedza z dziedziny, której dotyczą sądy, chroni przed uleganiem heurystyce, ochrona ta nie jest całkowita. Prawdopodobnie dzieje się tak dlatego, że zakotwiczenie jest procesem automatycznym (zaważenie kotwicy nie wymaga wielu zasobów operacyjnych umysłu), zaś jego modyfikacja w trakcie dostosowywania jest kontrolowana - wymaga zasobów umysłowych, a więc łatwo ulega dezorganizacji i łatwo o to, by modyfikacja owa była niewystarczająca (por. *KONCEPCJA 2*).

Tabela 2.2. Wpływ ceny wywoławczej domu na własne oszacowanie jego rzeczywistej wartości dokonywane przez studentów lub zawodowych sprzedawców nieruchomości

Cena wywoławcza U	Oszacowanie rzeczywistej wartości domu	
	przez studentów	przez sprzedawców
119,9	117	114
129,9	122	126
139,9	126	125
149,9	144	129

Źródło: Northcraft, Neale (1987).

Najbardziej zdumiewający w heurystyce zakotwiczenia/dostosowania jest jednak fakt, że w roli kotwicy występować mogą zupełnie arbitralne wartości liczbowe, o których człowiek dobrze wie, iż nie mają one żadnego związku z meritum sądu. Pokazali to w pierwotnej demonstracji heurystyki już Tversky i Kahneman (1974), prosząc badanych, aby ocenili, jaki odsetek

krajów afrykańskich należy do ONZ, a bezpośrednio przedtem - czy jest on większy czy mniejszy od liczby wskazanej przez ruletkę. Gdy ruletka wskazała liczbę 10, badani szacowali ów odsetek na 25%; gdy ruletka wskazała liczbę 65, badani szacowali odsetek na 45%. Choć więc badani zdawali sobie sprawę, że ruletka jest generatorem liczb losowych i że jej wskazania nie mają żadnego związku z przedmiotem sądu, niemniej ulegali pierwszej liczbie i stosowali heurystykę zakotwiczenia. Tak silny wpływ zakotwiczenia wynika z faktu, że powoduje ono selektywne przypominanie przez człowieka własnej wiedzy zgodnej z zakotwiczeniem. Odpowiadając na pierwsze porównawcze pytanie: „Czy odsetek krajów jest większy czy mniejszy od 10%?”, badani przypominają sobie wszystkie fakty zgodne z ideą, że odsetek ten jest bardzo mały (a więc, że wiele afrykańskich krajów jest bardzo biednych, niektóre są bardzo małe itd.). Ta własna wiedza zgodna z zakotwiczeniem wpływa na treść sądu i utrzymuje ją w pobliżu zakotwiczenia, jak wykazali Strack i Mussweiler (1997).

Heurystyka zakotwiczenia/dostosowania jest więc przejawem tej samej ogólnej prawidłowości co heurystyka dostępności - prawidłowości, że przetwarzanie informacji i zachowanie są zdominowane przez wiedzę zaktywizowaną. Działanie tych heurystyk pozwala wyjaśnić wiele zjawisk z zakresu sądów o świecie społecznym. Np. błąd fałszywej powszechności polegający na przecenianiu stopnia rozpowszechnienia naszych własnych poglądów i zachowań (por. *ZŻYCIA 3.a*) jest łącznym efektem heurystyki dostępności i zakotwiczenia. Ponieważ najczęściej kontaktujemy się z ludźmi o podobnych poglądach, powoduje to stale podwyższoną dostępność naszych opinii (a nie przeciwnych), co z kolei prowadzi do przeceniania stopnia powszechności naszych opinii (przypominamy sobie, że większość myśli tak jak my). Ponadto, własny pogląd może służyć jako zakotwiczenie przy ocenie poglądów innych ludzi. Zapytani, czy większość studentów jest raczej za, czy przeciw dopuszczalności aborcji, przypominamy sobie własny pogląd, powiedzmy „za”, uważając go bezwiednie za standardowy, a następnie dostosowujemy doń ocenę, biorąc poprawkę na różne względy (że np. nie wszyscy są aż tak rozsądni jak my sami). W rezultacie, zwolennicy dopuszczalności aborcji przeceniają stopień rozpowszechnienia tego poglądu (i sądzą, że tak uważa większość), zaś przeciwnicy aborcji przeceniają stopień rozpowszechnienia własnego poglądu (też sądzą, że tak uważa większość).

2.3.3. Heurystyka symulacji

Heurystyka symulacji to wydawanie sądu w oparciu o umysłową symulację (wyobrażenie) przebiegu zdarzeń. Łatwość symulacji wpływa na treść sądu - np. zdarzenia, które łatwo sobie wyobrazić wydają się bardziej prawdopodobne, co ma wiele interesujących konsekwencji. W swojej klasycznej demonstracji heurystyki

symulacji, Kahneman i Tversky (1982) stawiali przed badanymi np. takie zadania:

I Kowalski, i Nowak spóźnili się o pół godziny na swój lot.
Samolot Kowalskiego odleciał o czasie.
Samolot Nowaka odleciał 25 minut po planowym czasie.
Który z nich bardziej się denerwował z powodu spóźnienia?

albo

Adam zwykle nie bierze autostopowiczów, ale w zeszłym tygodniu wziął jednego, i ten go obrabował.
Marek często bierze autostopowiczów.
W zeszłym tygodniu wziął znów jednego, a ten go obrabował.
Kto bardziej żałuje, że wziął autostopowicza - Adam czy Marek?

Znaczna większość badanych uważa, że bardziej będzie się denerwował Nowak niż Kowalski, a Adam bardziej będzie żałował niż Marek. Powodem jest łatwiejsze wyobrażenie sobie takiego biegu wydarzeń, w którym Nowak jednak zdąży na samolot - wystarczyłoby, żeby na jednych światłach nie było korka, natomiast trudniej sobie wyobrazić taki bieg wydarzeń, przy którym Kowalski zdążył na swój samolot - powiedzmy, aż trzy korki musiałyby nie mieć miejsca. Przypadek autostopowiczów ilustruje regułę, że łatwiej sobie wyobrazić alternatywę dla niezwykłego niż dla zwykłego biegu wydarzeń - ponieważ zabranie autostopowicza przez Marka było niezwykle, łatwiej da się pomyśleć, że nie wziął autostopowicza i owym fatalnym razem. Natomiast w przypadku Adama, wymagałoby to zmiany jego zwykłego sposobu postępowania - w ogóle musiałby zaprzestać zabierania osób do samochodu.

Posługiwanie się heurystyką dostępności prowadzi więc często do m y ś l e n i a k o n t r a k t y c z n e g o - myślenia o tym, co mogłoby się zdarzyć, choć się nie zdarzyło, to zaś wpływa na nasze oceny i emocje. Negatywne następstwa niezwykłych (rzadkich, nietypowych) zdarzeń są oceniane jako bardziej negatywne, gdyż łatwo sobie wyobrazić ich lepszą alternatywę. Natomiast negatywne następstwa zdarzeń, dla których trudno sobie wyobrazić dobrą alternatywę, są oceniane jako mniej negatywne. Jeżeli Marysia wyszła za męża za Janka, który okazał się alkoholikiem, intensywność jej reakcji i współczucia ze strony otoczenia będzie zależeć od tego, czy w kręgach, w których Marysia się obraca, alkoholizm jest zjawiskiem typowym czy nietypowym. Jeżeli alkoholizm Janka jest nietypowy (żaden z innych kandydatów na męża nie pije), żal Marysi będzie większy niż w sytuacji, gdy wszyscy wokoło nadużywają alkoholu - skoro wszyscy piją, to trudno sobie wyobrazić dobrą alternatywę dla Janka (dowodzi tego wiele badań, choć zwykle na bardziej wyszukanych przykładach, por. Roese, Olson, 1997).

Choć myślenie kontrfaktyczne wydaje się zbędnym gdybaniem, ludzie angażują się w nie wcale często, i to z dwóch powodów. Po pierwsze,

w pewnych warunkach myślenie o jeszcze gorszym biegu wydarzeń niż ten, który nas dotknął, może nam pomóc w znoszeniu nieszczęść. Ofiary wypadków samochodowych często wyobrażają sobie, że mogło być jeszcze gorzej, że mogły same zginąć, a tego rodzaju wyobrażenia poprawiają stan emocjonalny i pomagają radzić sobie ze stresem (Roese, 1994). Po drugie, myślenie kontrfaktyczne może przygotowywać ludzi do uniknięcia niepomyślnego biegu wydarzeń w przyszłości. Jeżeli w dużym mieście zboczyliśmy w ciemną uliczkę, idąc na skróty i zostaliśmy obrabowani, rozmyślanie o tym, jak to dobrze byłoby, gdybyśmy jednak tego nie uczynili, na pewno przyczni się do poruszania się w przyszłości, głównymi, bezpiecznymi ulicami.

Nietrudno zauważyć, że heurystyka symulacji jest pewną odmianą heurystyki dostępności. W związku z tym sądzić można, że również ta pierwsza będzie prowadzić do różnych tendencji sądów, jako że najbardziej umyślowo dostępne scenariusze zdarzeń wcale nie muszą być najbardziej prawdopodobne. Przykładem jest efekt w y j a ś n i a n i a - ludzie oceniają jakieś zdarzenie jako bardziej prawdopodobne, jeżeli zaangażowali się w dogłębne przemyślenie jego przyczyn. Ross, Amabile i Steinmetz (1977) prosili swoich badanych o zapoznanie się z historią przypadku pewnego pacjenta, z instrukcją aby rozważyli przy tym, co w jego życiu mogłoby wyjaśniać pewne hipotetyczne zdarzenia, jak popełnienie samobójstwa. Choć badani zdawali sobie sprawę z hipotetycznego charakteru zdarzenia, samo jego wyjaśnianie prowadziło do wzrostu jego subiektywnego prawdopodobieństwa. Mianowicie grupa wyjaśniająca powody ewentualnego samobójstwa uważała je potem za bardziej prawdopodobne, niż grupa wyjaśniająca inne zdarzenie, przy czym obie grupy dostały dokładnie ten sam opis przypadku. Co ciekawe i ważne, wyjaśnianie jakiegoś zdarzenia czyni je bardziej prawdopodobnym nie tylko subiektywnie, ale i obiektywnie, tzn. nasila szansę jego faktycznego wystąpienia. Sherman i współpracownicy (1981) prosili badanych o wyjaśnienie przyczyn własnego przypuszczalnego sukcesu lub porażki w teście anagramów, który mieli właśnie rozwiązywać. Badani, którzy wyjaśniali swą przyszłą porażkę nie tylko bardziej jej oczekiwali, ale wypadli w teście istotnie gorzej niż badani wyjaśniający swój hipotetyczny sukces. Efekt wyjaśniania działa również „wstecz” - wyjaśnianie jakiegoś przeszłego zdarzenia czyni je po fakcie bardziej prawdopodobnym. Prowadzi to do z ł u d z e n i a m ą d r o ś c i p o f a k c i e, czyli poczucia „z góry to wiedziałem” -pojawiającego się po jakimś zdarzeniu przekonania, że jeszcze przed zdarzeniem wiedziało się o jego nieuchronności (Fischhoff, 1975). W rzeczywistości jest to zniekształcenie pamięci, ponieważ ludzi wiedzący, że do zdarzenia nie doszło, wcale nie przypominają go sobie jako tak wielce prawdopodobnego. Na tej zasadzie kibice, komentując w poniedziałek niedzielny mecz przekonują siebie nawzajem jak to doskonale wiedzieli, że odkrycie prawego skrzydła musiało spowodować, że „oni nam wbijają gola” i ubolewają dlaczego sami obrońcy „naszej drużyny” tego nie widzieli. Rzecz w tym, że kibice też o tym nie wiedzieli, dopóki nie doszło do fatalnego

strzału - są mądrzy dopiero po fakcie, kiedy już doszło do wbicia gola. Wskutek złudzenia mądrości po fakcie stajemy się bardziej surowi w ocenie ludzi, obarczając ich odpowiedzialnością za zdarzenia, których nie mogli przewidzieć, podczas gdy te wydają się wielce prawdopodobne dopiero wtedy, kiedy już zaszły. Ramka Z *ŻYCIA 10,a* w rozdziale o agresji pokazuje, jak złudzenie to przyczynia się do obwiniania ofiar gwałtu za to, że do niego doszło.

2.3.4. Heurystyka reprezentatywności

Heurystyka reprezentatywności to ocena przynależności obiektu do kategorii (klasy, rodzaju) na podstawie jego podobieństwa do typowych egzemplarzy tej kategorii. Kategoryzując ludzi np. do zawodów, opieramy się na informacji, jak dalece dana osoba wygląda na reprezentatywnego przedstawiciela danego zawodu. Jeżeli ktoś jest cichy, zgarbiony, zamknięty w sobie i nosi okulary, założymy że jest raczej bibliotekarzem niż rolnikiem. Jest to całkiem rozsądne założenie - w końcu większość bibliotekarzy wygląda jak bibliotekarze, a większość rolników - jak rolnicy. Jednak opieranie się na reprezentatywności może nas wywieść na manowce, ponieważ nie uwzględnia ono wyjściowych prawdopodobieństw przynależności do kategorii, a więc tego, że w danej gminie jest tylko trzech bibliotekarzy, a trzy tysiące rolników.

Tversky i Kahneman (1974) w przekonujący sposób wykazali problemy, do jakich prowadzi używanie heurystyki reprezentatywności. Połowie uczestników jednego ze swoich badań powiedzieli, że grupa psychologów zbadała próbkę 30 inżynierów oraz 70 prawników i sporządziła charakterystykę każdego z nich. Spośród tych charakterystyk wylosowano jedną i brzmiała ona następująco:

Jacek jest 39-letnim mężczyzną.

Zadaniem badanych było odpowiedzieć na pytanie, jaka jest szansa, że Jacek jest inżynierem, a jaka, że jest prawnikiem. W ocenie badanych było około 30% szans, że Jacek jest inżynierem i około 70% szans, że jest prawnikiem. Odpowiedzi te wyglądały zupełnie inaczej u drugiej połowy badanych, którzy otrzymali bardziej rozbudowaną charakterystykę Jacka:

Jacek jest inteligentny, choć trudno go określić jako naprawdę twórczego. Ma silną potrzebę porządku i jasności, lubi schludne i przejrzyste systemy, w których każdy szczegół znajduje sobie właściwe miejsce. Píše w sposób raczej nieciekawym, tylko z rzadka okraszany przejawami prostego humoru i wyobraźni typu science-fiction. Jest silnie motywowany do mistrzostwa, w tym co robi. Zdaje się mieć niewiele sympatii do innych ludzi i niespecjalnie lubi zadawać się z innymi.

W ocenie badanych, którzy czytali tę charakterystykę, szansa, że Jacek jest inżynierem wynosiła około 80%, zaś że jest prawnikiem tylko 20%. Zatem badani z pierwszej grupy uwzględniali fakt, że w puli charakterystyk jest znacznie więcej prawników; badani z drugiej grupy zupełnie jednak zignorowali tę informację. Nietrudno zauważyć dlaczego - z opisu wynika, że Jacek jest „wykapanym” inżynierem, czyli jest bardzo reprezentatywny dla tej grupy zawodowej.

Heurystyka reprezentatywności jest sensownym sposobem szybkiego odpowiadania na ważne pytanie - kto jest kim, czyli kto do jakiej grupy czy typu ludzi należy. Jednak problem w tym, że rozsądzanie o tym na podstawie samego podobieństwa prowadzi do ignorowania ważnych informacji, jeżeli nie mają one związku z reprezentatywnością, nawet gdy mają silny związek z rzeczywistym prawdopodobieństwem zdarzeń. Jak wskazał przedstawiony wyżej przykład, jedną z nich jest wyjściowe prawdopodobieństwo przynależności obiektu do danej kategorii. Inną taką ignorowaną informacją jest wielkość próby. Jeżeli postawi się badanym taki oto problem: w szpitalu miejskim urodziło się w ciągu ostatniej doby 12 dzieci. Jaka jest szansa, że urodziły się one w kolejności (a) lub (b) (gdzie C = chłopiec; D = dziewczynka)?

a) – C C C C C C D D D D D D
b) – C D D C D C C D C D C D

Większość ludzi uznaje sekwencję (b) za bardziej prawdopodobną, gdyż wygląda na bardziej reprezentatywną dla ciągu zdarzeń losowych, choć w małym szpitalu, gdzie rodzi się tylko tuzin dzieci, sekwencja (a) jest dość prawdopodobna (i w istocie prawdopodobieństwo każdej z góry określonej kolejności 12 elementów jest jednakowe, Kahneman, Tversky, 1974).

Ponieważ heurystyka reprezentatywności opiera się na podobieństwie, prowadzi ona do poszukiwania przyczyn zdarzeń w zdarzeniach do nich podobnych (Nisbett, Ross, 1980). Przejawem tej prawidłowości jest poszukiwanie istotnych przyczyn dla istotnych zdarzeń - trudno uwierzyć, by tak ważne i dramatyczne zdarzenie, jakim było zabójstwo prezydenta USA, mogło mieć tak nieważną przyczynę, jak wybryk jakiejś jednostki, w związku z czym nadal „kwitną” spiskowe teorie zabójstwa Johna Kennedy'ego (szczególnie w okragłe rocznice jego śmierci). Innym przykładem są przekonania związane z leczeniem homeopatycznym: podawany w małych dawkach lek musi objawami przypominać chorobę; w mniej uczonych wersjach - sam lek powinien być podobny do objawu czy problemu (np. żółte substancje leczą żółtaczkę, czerwone wino poprawia krew).

2.4. ZALEŻNOŚĆ SĄDÓW OD KONTEKSTU I EMOCJI

Duża część zachowania społecznego wyznaczona jest naszymi bieżącymi sądami na temat aktualnej sytuacji i jej uczestników. To, czy spełnimy prośbę nieznajomego o datek, czy pomożemy koledze nękanemu jakimś problemem,

którą pastę do zębów kupimy i na którą partię zagłosujemy - wszystko to jest uzależnione od naszych sądów na temat owych ludzi lub obiektów. Sądy te są uzależnione nie tylko od struktur wiedzy, ale także od bieżącego kontekstu, w którym są wydawane.

2.4.1. Wyrazistość

Ważnym, choć często bezwiednym aspektem kontekstu jest to, co decyduje o wyrazistości obiektu naszych sądów. Obiekty wyraziste to takie, które stanowią figurę na tle innych wskutek tego, że są bardziej intensywne (np. kolorowe, hałaśliwe), aktywne (poruszają się), nieoczekiwane (chodzenie na rękach w bibliotece) albo odróżniające się od innych, współobecnych obiektów, w szczególności z powodu statusu solisty. Wyrazista jest więc jedyna kobieta wśród mężczyzn (bardziej niż ta sama kobieta w towarzystwie innych kobiet), albo mężczyzna o zielonych włosach, oczywiście z wyjątkiem sytuacji, w których większość obecnych ma zielone włosy (jadą na Love Paradę do Berlina albo wystawiają współczesną wersję teatryku „Zielona Gęś”).

Wyrazistość jest zjawiskiem powszechnym i ma wiele konsekwencji dla przetwarzania informacji (Taylor, Fiske, 1978). Po pierwsze, osoby (i inne obiekty) wyraziste przyciągają więcej uwagi, wskutek czego są np. lepiej pamiętane. Po drugie, są spostrzegane jako wywierające większy wpływ społeczny i bardziej przyczyniające się do osiągniętych przez grupę wyników. Zapewne jest to jednym z powodów, dla których szefowie zajmują z reguły pozycję u czoła stołu - nawet jeżeli nic nie robią, wyróżniona pozycja przestrzenna zapewnia odpowiednie ich spostrzeżenie przez podwładnych. Po trzecie, osoby wyraziste są oceniane w bardziej krańcowy sposób: jedyny kulturalny Rosjanin wśród Polaków będzie spostrzegany jako bardziej kulturalny niż wśród innych Rosjan (i jako bardziej niekulturalny, jeżeli nie stosownie się zachował). Po czwarte, wyrazistość - głównie wywołana statusem solisty - decyduje o kategoryzacji spostrzeganego człowieka, a więc o tym, przez pryzmat jakiej struktury wiedzy informacja na temat tego człowieka jest przetwarzana.

Oczywiście każdy człowiek może być kategoryzowany na wiele sposobów - Anna Kamińska, siedemdziesięcioletnia polonistka będzie traktowana jako kobieta wśród swoich kolegów z pokoju nauczycielskiego (uczy w technikum, gdzie przeważają mężczyźni), jako staruszka lub doświadczony nauczyciel w gronie młodych polonistek spotykających się w kuratorium, jako Polka podczas zjazdu emerytowanych nauczycielek w Berlinie itd. Badania Shelley Taylor wskazują, że wybór schematu, przez pryzmat którego Anna będzie spostrzegana, podyktowany jest kontekstem społecznym i wyrazistością. Co ciekawe, wyrazistość wynikająca ze statusu solisty nasila spostrzeżenie danej osoby jako typowego przed-

stawiciela schematu - np. jedyna kobieta w otoczeniu mężczyzn jest widziana jako bardziej kobieca niż ta sama kobieta w otoczeniu innych kobiet, a jej zachowanie w większym stopniu zaczyna być interpretowane przez pryzmat stereotypu kobiecości (Taylor, Fiske, 1978).

2.4.2. Kontrast i asymilacja

Ważnym elementem kontekstu w procesie formułowania sądów jest obecność innych obiektów niż obiekt osądzany. Nietrudno przewidzieć, że kiedy nauczyciel ocenia ucznia, na ocenę tę mogą wpływać także postępy innych odpytywanych uczniów. Wpływ ten może mieć postać asymilacji bądź kontrastu. Efekt asymilacji polega na przesunięciu oceny w kierunku informacji kontekstowej, tzn. dodatni kontekst podwyższa ocenę, albo ujemny kontekst obniża ocenę. Z efektem tym mamy do czynienia, gdy ocena średniego ucznia rośnie wskutek tego, że jest on oceniany w tym samym czasie, jak inni dobrzy uczniowie, albo spada, kiedy jest oceniany równocześnie z innymi, złymi uczniami. Efekt kontrastu polega natomiast na odsunięciu oceny od informacji kontekstowej, tzn. dodatni kontekst obniża ocenę, albo ujemny kontekst podwyższa ocenę. Z efektem tym mamy do czynienia, gdy ocena średniego ucznia rośnie na tle współocenianych z nim bardzo złych uczniów, albo spada na tle równocześnie ocenianych bardzo dobrych uczniów.

Ta sama informacja kontekstowa może spowodować efekt asymilacji, jeżeli zostanie włączona w reprezentację (umysłowy obraz) ocenianego obiektu, bądź też efekt kontrastu, jeżeli informacja ta powoduje wyłączenie części reprezentacji ocenianego obiektu, albo staje się kryterium oceny. Dowodzi tego na przykład eksperyment Schwarza i Blessa (1992) nad oceną niemieckiej partii chadeckiej CDU w zależności od tego, czy kontekst poprzedniego pytania włączał czy wyłączał z umysłowego obrazu tej partii osobę Richarda von Weizsackera. Ten wywodzący się z CDU polityk cieszył się w okresie badania bardzo dużą popularnością w społeczeństwie i pełnił ponadpartyjną funkcję prezydenta Niemiec. W związku z tym należało oczekiwać, że myślenie badanych o Weizsackerze jako o członku CDU (a więc niejako włączenie jego osoby w umysłową reprezentację partii) podniesie ocenę tej partii, natomiast myślenie o nim jako o ponadpartyjnym prezydencie (a więc wyłączenie Weizsackera z umysłowej reprezentacji CDU) obniży jej ocenę. Aby sprawdzić te hipotezy, badacze prosili o ocenę CDU albo bezpośrednio po pytaniu o przynależność partyjną Weizsackera (warunki włączania), albo po pytaniu, czy urząd prezydenta powinien zachować ponadpartyjny charakter (warunki wyłączenia), albo bez żadnych uprzednich pytań (warunki kontrolne).

Jak wskazują dane zamieszczone w tabeli 2.3, w warunkach włączania, ocena partii CDU (CDU + Weizsacker) była istotnie wyższa niż w warunkach

Tabela 2.3. Asymilacja i kontrast w ocenie partii politycznych w zależności od tego, czy kontekst (poprzednio zadane pytanie) włącza, czy wyłącza pozytywnie ocenianą osobę prezydenta von Weizsackera, polityka CDU, ale na ponadpartyjnym urzędzie

	Poprzednie pytanie na temat Richarda von Weizsackera		
	przynależność partyjna	brak pytania	ponadpartyjność prezydentury
ocena CDU	6,5	5,2	3,4
ocena SDP	6,3	6,3	6,2

Uwaga: 1 = ocena negatywna; 11 = ocena pozytywna

Źródło: Schwarz, Bless (1992).

kontrolnych, natomiast w warunkach wyłączenia (CDU - Weizsacker) ocena ta była istotnie niższa niż w warunkach kontrolnych. Warunki włączania powodowały zatem efekt asymilacji, zaś warunki wyłączenia - efekt kontrastu. Kolejny wiersz tej samej tabeli pokazuje, że pytanie o osobę Weizsackera nie wywierało żadnego wpływu na ocenę innej partii niemieckiej, SDP (z którą polityk ten nie miał nic wspólnego), co wskazuje, że myślenie o nim działało na zasadzie włączania-wyłączania go z reprezentacji CDU, nie zaś na zasadzie ogólnego zawyżania kryterium oceny wszelkich partii politycznych (to bowiem musiałoby zaowocować spadkiem ocen SDP).

Warunkiem koniecznym zarówno asymilacji, jak i kontrastu jest jakiś stopień wieloznaczności ocenianego obiektu. Jak już była o tym mowa, warunek ten jest łatwy do spełnienia przy ocenianiu osób, ponieważ dotyczące ich dane (przede wszystkim zachowania) cechują się sporą wieloznacznością. Natomiast o tym, czy kontekst doprowadzi do asymilacji, czy też do kontrastu, decyduje włączanie-wyłączanie informacji kontekstowej w umysłową reprezentację ocenianego obiektu.

Najważniejszym wyznacznikiem włączania-wyłączania jest wielkość różnicy między obiektem ocenianym a obiektami stanowiącymi kontekst. Jeżeli różnica między kontekstem a obiektem ocenianym jest mała, to występuje asymilacja, jeżeli różnica jest duża - pojawia się kontrast (Herr, 1986). Tak więc, jeżeli oceniamy średniego studenta Adama wkrótce po dość dobrym studencie Bogdanie, ocena Adama będzie nieco wyższa niż bez kontekstu - Adam zostanie zasymilowany do Bogdana wskutek małej różnicy między nimi (podobnie dość mierny student Bogdan mógłby obniżyć ocenę Adama). Jeżeli jednak różnica między Adamem a Bogdanem będzie duża, pojawi się efekt kontrastu - jeżeli Bogdan jest wybitnym studentem, to ocena Adama spadnie; jeżeli zaś Bogdan jest bardzo złym studentem, to ocena Adama wzrośnie. Mechanizm kontrastu wywołany dużą różnicą między obiektem oceny i kontekstem wyjaśnia dlaczego mężczyźni stają się bardziej niezadowoleni z partnerek i pożycia seksualnego z nimi, jeżeli oceny wydają wkrótce po oglądaniu obrazków z *Playboya* czy innych tego

rodzaju czasopism

(Kenrick, Gutierrez, Goldberg, 1989). Przedstawione tam osoby stanowią bardzo krańcowy przykład urody - są to najpiękniejsze kobiety, w najpiękniejszych ujęciach. Zdjęcia do jednego numeru *Playboya* są wybierane spośród około 6 tys. ujęć, tak więc nawet same modelki zwykle tak nie wyglądają, jak na owych zdjęciach. Różnica między takim wygórowanym standardem a zwykłą śmiertelniczką (czy śmiertelnikiem) musi siłą rzeczy być ogromna i stąd efekt kontrastu. Na podobnej zasadzie modelki z klipów reklamowych obniżają oceny zadowolenia z własnego wyglądu fizycznego u większości oglądających je kobiet - z wyjątkiem kobiet najszczerzej, u których następuje wzrost samooceny, zapewne wskutek asymilacji wywołanej ich podobieństwem do modelek (Ostrowska, 1999).

Innym wyznacznikiem włączania-wyłączania jest wspólna bądź odmienna kategoryzacja obiektu ocenianego i kontekstowego. Jeżeli obiekt oceniany jest kategoryzowany jako przynależący do tego samego rodzaju co obiekty kontekstowe, to pojawia się asymilacja, jeżeli obiekt oceniany i kontekstowy są klasyfikowane do kategorii odmiennych, to pojawia się kontrast. Nietrudno zauważyć, że na tej zasadzie identyczny obiekt kontekstowy może oddziaływać na oceny albo przez kontrast, albo przez asymilację w zależności od tego, jakiego rodzaju kategoryzacje dominują w danej sytuacji. Jeżeli Adam jest średniej klasy studentem prowincjonalnego uniwersytetu, to może zyskać na ocenie dzięki towarzystwu wybitnego Janusza z Uniwersytetu Jagiellońskiego, jeżeli obaj występują na konferencji w Londynie (są bowiem zaliczani do tej samej kategorii *Polacy* i oceny Adama asymilują zalety Janusza). Adam jednak straci na towarzystwie Janusza, jeżeli obaj występują na konferencji w Poznaniu, bowiem w takim przypadku każdy z nich zaliczany jest do odrębnej kategorii i działać będzie kontrast, a nie asymilacja.

W podobny sposób działają wszelkie czynniki sprawiające, iż obiekty kontekstowe są łączone w jedną całość z obiektem ocenianym (asymilacja), bądź też kontekst stanowi odrębną całość w stosunku do obiektu ocen (kontrast). Dotyczy to także przeszłych stanów ocenianego obiektu. Jeżeli np. oceniamy instytucję naukową, która przedstawia się dość przeciętnie, ale ma za sobą wspaniałą przeszłość, to owa przeszłość może albo podwyższać (asymilacja), albo obniżać oceny (kontrast) teraźniejszego stanu instytucji. Podobnie wspomnienie dawnych dobrych czasów może albo podwyższać, albo obniżać bieżącą satysfakcję z życia. Strack, Schwarz i Gschneidinger (1985) wykazali, że wspomnienie dawnej świetności podwyższa aktualne oceny, jeżeli jest to przeszłość niedawna (asymilacja), obniża zaś oceny teraźniejszości, jeżeli jest to przeszłość odległa (kontrast). Jednak ważna jest nie tyle obiektywna odległość w czasie ile sposób, w jaki myśli się o przeszłości. Asymilacja następuje wtedy, gdy o przeszłości myśli się jako o czymś bliskim teraźniejszości (np. wspominając dawne dobre czasy, ludzie proszeni są o opisanie jak je przeżywali, co wywołuje stan podobny do ponownego jej przeżywania). Kontrast następuje zaś wtedy, gdy o przeszłości myśli się jako o czymś

odrębnym i przeciwstawianym teraźniejszości (np. wspominając dawne dobre czasy ludzie proszeni są o opisanie, dlaczego tak je przeżywali, co skłania do nastawienia analitycznego i dystansu).

Efekty asymilacji są w ocenach częstsze niż efekty kontrastu. Wynika to z tego, iż asymilacja jest procesem automatycznym i bezwysiłkowym (nie wymaga uwagi, woli i wolnych „mocy przerobowych” umysłu). Obrazowo mówiąc, asymilacja zwykle polega na biernym „wlaniu się” kontekstu do reprezentacji ocenianego obiektu. Kontrast jest natomiast rezultatem aktywnego przeciwstawienia się wpływowi kontekstu przez oceniający podmiot. Kontrast zwykle dochodzi do skutku na mocy procesów kontrolowanych - wymaga aktu woli, a więc pewnej motywacji, uwagi i wolnych zasobów operacyjnych umysłu. Np. kontrast zanika, jeżeli w momencie wydawania ocen uwaga podmiotu jest częściowo pochłonięta innym, równoległe wykonywanym zadaniem (Martin, Seta, Crelia, 1990).

2.4.3. Wpływ stanów emocjonalnych na sądy

Mądrość potoczna przekonuje, że dobry nastrój działa jak nałożenie różowych okularów, dzięki którym wszystko widzimy w przyjemniejszym świetle, podczas gdy nastrój zły, analogicznie, sprzyja czarnowidztwu. Ile jest prawdy w tym przekonaniu?

Niewątpliwie dobry nastrój ułatwia przychodzenie na myśl pozytywnych treści i podwyższa wiele ocen. Liczne badania przekonują, że dobry nastrój wywołany ładną pogodą, miłym wspomnieniem z przeszłości czy znalezieniem monety w automacie, z reguły ułatwia przypominanie sobie pozytywnych treści i podnosi nasze oceny innych ludzi, produktów konsumpcyjnych, a nawet ogólnej satysfakcji z życia (por. Isen, 1987; Wojciszke, 1991). Nasila także skłonność do pomagania innym (por. rozdz. 9.2.2).

Początkowo wyjaśniano te zjawiska w kategoriach pamięci jako sieci skojarzeniowej, w której rozchodzi się fala pobudzenia. W myśl tego rozumowania, dobry nastrój stanowi jeden z węzłów sieci asocjacyjnej, jaką jest nasza pamięć, a jego wzbudzenie wywołuje aktywizację innych, skojarzonych z nim węzłów pozytywnie nacechowanych (Bower, 1981). Rozumowanie to wspierają dwa zjawiska wykryte w badaniach nad pamięcią. Pierwsze to **z g o d n o ś ć p a m i ę c i z n a s t r o j e m** polegająca na tym, że w dobrym nastroju łatwiej jest zapamiętać, a także przypomnieć sobie informacje o charakterze dodatnim niż ujemnym, zaś w nastroju złym - odwrotnie. Zjawisko drugie to **z a l e ż - n o ś ć p a m i ę c i o d s t a n u o r g a n i z m u** i polega na tym, że łatwiej sobie przypomnieć zdarzenia w stanie podobnym do tego, w jakim byliśmy w momencie zapamiętywania tych zdarzeń. Szybko jednak okazało się, że wpływy pozytywnego nastroju na sądy i zachowania są znacznie silniejsze i rzetelnniejsze od obu tych zjawisk pamięciowych (które czasami pojawiają się, a czasami zanikają), tak więc trudno tymi ostatnimi tłumaczyć skutki nastroju.

Ponadto, skutki nastroju cechują się silną asymetrią: choć nastrój pozytywny z reguły podnosi oceny, wpływy złego nastroju są słabsze i mniej konsekwentne. Czasami zły nastrój powoduje spadek, a czasami wzrost zarówno ocen, jak i skłonności do pomagania innym (por. też rozdz. 9.2.2). Gdyby działały jedynie automatyczne skojarzenia i rozchodzenie się fali aktywizacji, efekty nastroju negatywnego powinny być lustrzanym odbiciem skutków nastroju pozytywnego. Wyjaśnienie asymetrii wymaga więc przywołania jakiegoś dodatkowego procesu, którym może być naprawa i podtrzymywanie nastroju (Isen, 1987). Ludzie starają się wyjść ze złego nastroju, a pozostać w dobrym i podejmują w tym celu różne świadome zabiegi, zdając sobie sprawę, że wygłaszanie pozytywnych opinii lub pomaganie innym polepsza własny nastrój, podczas gdy wygłaszanie opinii negatywnych go obniża. Kiedy więc jesteśmy w dobrym nastroju, pozytywnym sądom sprzyja zarówno automatyczna aktywizacja zgodnych z nim treści, jak i świadomie kontrolowane wysiłki ukierunkowane na utrzymanie nastroju. Jednakże w złym nastroju, automatyczne skojarzenia sprzyjają formułowaniu negatywnych sądów, natomiast świadome wysiłki na rzecz poprawienia nastroju sprzyjają formułowaniu sądów raczej pozytywnych (i pomaganiu innym). Sprzeczność tych dwóch procesów może więc wyjaśniać niejednorodność efektów złego nastroju.

Inną trudność w wyjaśnianiu efektów nastroju w kategoriach automatycznej aktywizacji treści z nim zgodnych jest zanikanie tych efektów w warunkach, w których - z punktu widzenia tej koncepcji - powinny występować. Norbert Schwarz i Gerald Clore (1983) wykazali to w badaniach, gdzie uczestników pytano o ogólną satysfakcję z życia w dzień pogodny lub deszczowy. Ludzie lepiej oceniali swoje życie w promieniach słońca. Różnica ta zanikała jednak, gdy pytający wzmiankował o pogodzie - albo mówiąc, że przedmiotem badania jest wpływ pogody na oceny satysfakcji, albo pytając badanego o pogodę w jego mieście. Najwidoczniej działało tu coś innego, niż sama aktywizacja treści zgodnych z nastrojem. Tym czymś, postulują Schwarz i Clore, jest posługiwanie się przez ludzi nastrojem jako źródłem informacji - dopóty, dopóki źródło to nie zostanie zdyskredytowane jako podstawa trafnych sądów. W pełni uzasadnione formułowanie niektórych sądów wymaga uwzględnienia bardzo dużej ilości informacji - np. ocena satysfakcji z życia wymagałaby uwzględnienia satysfakcji z pracy, z warunków mieszkaniowych, posiadanych pieniędzy, sprawowania się dziecka w szkole i psa na podwórku oraz dziesiątków innych satysfakcji częściowych. Przy tego rodzaju sądach ludzie starają się uprościć stojące przed nimi zadanie i opierają sąd na prostej hipotezie „jak to czuję” - zamiast przypominać sobie wszystkie istotne informacje, wybierają drogę na skróty i wykorzystują bieżący nastrój jako podstawę sądu. Gdy czują się dobrze, formułują oceny pozytywne, gdy czują się źle - wydają oceny negatywne. Dzieje się tak o tyle, o ile nastrój nie zostanie zdyskredytowany jako źródło informacji

- właśnie dlatego wpływ pogody na sądy zanika, gdy człowiekowi przypominieć o pogodzie (a więc i o jej potencjalnym wpływie na sądy). Drugim warunkiem wykorzystywania własnego stanu jako podstawy oceny jest globalny, niespecyficzny jej charakter. Bowiem oceny bardziej specyficzne opierają się na pewnych konkretnych kryteriach i łatwych do przypomnienia informacjach. W zgodzie z tym rozumowaniem, Schwarz i in. (1987) wykazali, że wzrost nastroju wywołany zwycięstwem narodowej drużyny piłkarskiej podwyższa ogólne oceny satysfakcji z życia, ale nie oceny własnych dochodów czy zadowolenia z pracy. W przypadku tych drugich istnieje bowiem ograniczona liczba precyzyjnych informacji, na których można oprzeć sąd. Wreszcie posługiwanie się heurystyką „jak to czuję” narasta w warunkach wymuszających pobieżne przetwarzanie informacji (np. silna presja czasowa), co utrudnia zakwestionowanie nastroju jako wiarygodnej podstawy sądu (Bless, 2001).

Szczególną własnością nastroju jest jego niespecyficzny, rozlany i umiarkowany charakter. Nastrój nie ma wyraźnego źródła i odniesienia - w przeciwieństwie do emocji, które mają wyraźne zakotwiczenie - gniewamy się na Jacka, a kochamy Placka, jednak trudno byłoby powiedzieć, że jesteśmy w złym nastroju z powodu konkretnej osoby czy innego bodźca. Ta różnica między nastrojem a specyficznymi emocjami ma dwie interesujące konsekwencje. Po pierwsze, choć emocje bywają z reguły silniejsze od nastrojów, ich wpływ na nasze sądy jest zwykle mniejszy, bowiem pozostaje ograniczony jedynie do treści związanych z konkretną emocją. Na przykład strach podnosi ocenę ryzyka, ale nie wpływa na przypisywanie winy, podczas gdy gniew odwrotnie - wpływa na przypisywanie winy, ale nie ocenę ryzyka (Gallagher, Clore, 1985). Po drugie, nastrój można traktować jako ogólną informację o relacji jednostki z otoczeniem. Dobry nastrój informuje o tym, że otoczenie nie sprawia problemów i nie wymaga podejmowania żadnych szczególnych działań. Zły nastrój - odwrotnie, że otoczenie stwarza problemy i konieczność podejmowania jakichś działań zaradczych. W konsekwencji, nastrój jest czynnikiem decydującym o tym, czy przetwarzania informacji ma charakter pobieżny i heurystyczny, czy też głęboki, dokładny i przemyślany (Schwarz, Clore, 1996). Wiele badań z lat dziewięćdziesiątych dowodzi, że ludzie w dobrym nastroju bardziej pobieżnie przetwarzają informacje - silniej ulegają heurystyce dostępności, łatwiej popadają w skrypty, stereotypy i uprzedzenia, zaś w trakcie perswazji słabo rozróżniają między argumentami silnymi i słabymi. Natomiast w nastroju negatywnym ludzie stają się bardziej uważni - mniej ulegają heurystykom i stereotypom, uwzględniając zindywidualizowaną informację na temat spostrzeganych osób, a w trakcie perswazji bardziej ulegają argumentom silnym niż słabym (por. Bless, 2001).

2.5. PODSUMOWANIE

Przetwarzanie informacji społecznej silnie zależy od różnych struktur wiedzy, takich jak schematy rodzajów osób, skrypty, schematy cech i teorie potoczne. Ważnym rodzajem schematów są stereotypy powiązane z uprzedzeniami i dyskryminacją; wszystkie one są zwykle przejmowane od otoczenia społecznego i mogą wynikać z międzygrupowego konfliktu interesów, przenoszenia agresji i naturalnych procesów kategoryzacji napotykaných osób. Schematy ukierunkowują proces poszukiwania danych, decydują o sposobie ich rozumienia (przez asymilację wieloznacznych danych do schematu) i zapamiętania, w którym ważną rolę odgrywają procesy rekonstrukcji przypominanych zdarzeń na podstawie schematu. Posługiwanie się schematami ułatwia i przyspiesza przetwarzanie danych, szczególnie w niesprzyjających warunkach. Wiele sądów formułujemy w uproszczony sposób, bazując nie tylko na schematach, ale także heurystykach dostępności, symulacji, zakotwiczenia/dostosowania, reprezentatywności oraz heurystyce „jak to czuję”. Sądy o świecie społecznym są silnie uzależnione od wyrazistości ocenianych obiektów, własnych stanów oceniającego podmiotu (w szczególności nastroju) oraz od innych współoceniających obiektów, które wpływają na oceny przez asymilację albo kontrast. Wiele omawianych w tym rozdziale procesów może przebiegać w sposób bardziej automatyczny lub bardziej kontrolowany w zależności od warunków, w jakich mają one miejsce.

KONCEPCJA 2

Automatyczne i kontrolowane przetwarzanie informacji

Rozróżnienie między procesami świadomymi i nieświadomymi przyjmowało w psychologii wiele postaci. We współczesnej psychologii społecznej jest ono różnicą między automatycznym i kontrolowanym przetwarzaniem informacji. Pierwotnie zakładano, że przetwarzanie automatyczne ma cztery własności, odróżniające je od przetwarzania kontrolowanego: (1) pojawia się bez intencji podmiotu; (2) pojawia się w odpowiedzi na pewne bodźce mimo lub wbrew woli podmiotu; (3) jest bezwysiłkowe, szybkie i nie pochłania operacyjnych zasobów umysłu (uwagi i pamięci roboczej) oraz (4) pojawia się i przebiega poza świadomością podmiotu, który nie tylko nie sprawdza jego przebiegu, ale nawet nie zdaje sobie sprawy z jego występowania (Bargh, 1984). Wiele badań wykazało jednak, iż te właś-

człowieku, gdy zależy nam na ich trafności.

Liczne koncepcje i badania opisywane w tym rozdziale i niemalże we wszystkich następnych przyjmują omawiane rozróżnienie, zakładając, że te same procesy (wydanie sądu lub oceny, sformułowanie wniosku, wykształcenie lub zmiana postawy, wpływ postawy na zachowanie itd.) mogą przebiegać w sposób albo szybki, uproszczony i słabo uświadamiany, albo powolny, przemyślany, intencjonalny. W badaniach nad procesami (bardziej) automatycznymi często używa się metody poprzedzania (priming), która polega na aktywizacji jakiejś struktury wiedzy bezpośrednio przed zadaniem wykonywanym przez osobę badaną. Aktywizacja polega albo na podprogowej ekspozycji treści związanych z daną strukturą (np. wyświetlanie przez kilkadziesiąt milisekund zdjęć zagniewanej twarzy, bądź takich wyrazów, jak „okrutny”, „agresja”, „zabić”), lub na zadaniu wstępnym wymagającym użycia danej struktury wiedzy (np. badani

układają z ciągów wyrazów sensowne zdania, a te dotyczą wrogości – „kolega kopną Marek kopnął w” z czego można ułożyć zdanie „kolega kopnął Marka w kostkę”). Aby „przełączać” procesy na bardziej automatyczne bądź bardziej kontrolowane manipuluje się zwykle dwoma rodzajami zmiennych: motywacją badanej osoby do przetwarzania informacji (a więc stopniem, w jakim badanemu zależy na tym, by je uważnie przetwarzać) oraz optymalnością warunków jej przetwarzania (a więc stopniem, w jakim badanemu nic nie przeszkadza w uważnym przetwarzaniu danych). Liczne badania przytaczane w tej książce przekonują, że silnie motywowani ludzie w optymalnych warunkach mają większą skłonność do kontrolowanego przetwarzania informacji, natomiast popadają w automatyzmy i powierzchowne przetwarzanie danych albo przy słabej motywacji, albo w warunkach niesprzyjających jej przetwarzaniu (pośpiech, rozproszenie uwagi, konieczność równoległego wykonywania innych zadań).

ciwości automatyzmów wcale nie zawsze ze sobą współwystępują, co skłania do wniosku, że mamy tu do czynienia nie z dwoma rozłącznymi klasami procesów, lecz raczej z pewnym wymiarem, na którym można ułożyć procesy umysłowe (Bargh, 1989; Fiske, Taylor, 1991). Na jednym krańcu tego wymiaru znajdują się procesy spełniające wszystkie kryteria automatyzmu, np. formułowanie ocen spostrzeganego człowieka pod wpływem podprogowej ekspozycji pojęcia „wrogość” (podmiot nie zdaje sobie sprawy z aktywizacji tej kategorii, ani z tego, że wpływa ona na jego oceny). Inne procesy spełniają tylko niektóre kryteria automa-tyczności – jak wspomniane w tym rozdziale efekty nastroju, kiedy to człowiek zdaje sobie z niego sprawę, ale może nie zdawać sobie sprawy z wpływu, jaki wywiera na jego sądy. Wreszcie pewne procesy są w pełni kontrolowane, świadome i intencjonalne, jak uczenie się roli teatralnej, czy formułowanie sądów o innym

Podstawowe pojęcia

- aktywizacja wiedzy
- asymilacja
- automatyczne przetwarzanie informacji
- chroniczna dostępność
- deprecjacja grup obcych
- dyskryminacja
- efekt wyjaśniania
- etnocentryzm
- fałszywe alarmy
- faworyzacja grupy własnej
- heurystyka „jak to czuję”
- heurystyka dostępności
- heurystyka reprezentatywności
- heurystyka symulacji
- heurystyka zakotwiczenia/dostosowania
- heurystyki sądenia
- hipoteza kontaktu

- stereotyp
- stereotyp spiskowy
- teoria tożsamości społecznej
- uprzedzenie
- wyrazistość
- zależność pamięci od stanu organizmu
- zgodność pamięci z nastrojem
- zjawisko jednorodności grupy obcej
- złudzenie mądrości po fakcie

ROZDZIAŁ 3

Literatura zalecana

- Kofta M., Jasińska-Kania A. (red.), (2001). *Stereotypy i uprzedzenia. Uwarunkowania psychologiczne i kulturowe*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe „Scholar”.
- Lewicka M. (1993). *Aktor czy obserwator: psychologiczne mechanizmy odchylenia od racjonalności w myśleniu potocznym*. Warszawa-Olsztyn: Pracownia Wydawnicza PTP.
- Macrae C.N., Stangor C, Hewstone M. (red.), (1999). *Stereotypy i uprzedzenia* (przekł. M. Majchrzak i in.). Gańsk: Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne.
- Maruszewski T. (2001). *Psychologia poznania*. Gdańsk: Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne.
- Materska M., Tyszka T. (red.), (1997). *Psychologia i poznanie* (wyd. 2). Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Tyszka T. (1999). *Psychologiczne pułapki oceniania i podejmowania decyzji*. Gdańsk: Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne.
- Weigl B. (1999). *Stereotypy i uprzedzenia etniczne u dzieci i młodzieży*. Warszawa: Wydawnictwo Instytutu Psychologii PAN.

SPOSTRZEGANIE OSÓB

Jednym z najważniejszych zadań, jakie stoi przed nami podczas kontaktów społecznych, jest orientacja kim są nasi partnerzy. Zarówno ich obiektywne cechy i stany (ważne jest aby odróżnić prawdziwą miłość barczystego bruneta od udawanej i zorientować się, czy aby nie jest głupi), jak i ich wartości (czy ten blondyn proszący o pożyczkę skłonny będzie ją oddać?). Najważniejszym źródłem informacji na temat innego człowieka jest to, co on robi - czyli jego zachowanie.

3.1. ATRYBUCJE: WNIOSKOWANIE NA PODSTAWIE ZACHOWANIA

Potoczne interpretacje przyczyn zachowania innych osób (i własnego) próbują opisać i wyjaśnić teorie atrybucji. Początkowo teorie te zakładały, że człowiek jest „naukowcem z ulicy”, który zgodnie z pewnymi racjonalnymi regułami wykorzystuje informacje o różnych aspektach zachowania obserwowanej osoby dla formułowania trafnych wyjaśnień przyczyn owego zachowania. Na początek obecnego podrozdziału przyjrzymy się tym klasycznym modelom atrybucji. Założenie o potocznym obserwatorze jako naukowcu okazało się jednak trudne do utrzymania w świetle badań nad atrybucjami faktycznie dokonywanymi przez ludzi. Badania te ujawniły występowanie licznych deformacji procesu atrybucji, które omawia kolejny podrozdział. Ostatni podrozdział relacjonuje nową falę teorii atrybucji, których celem jest opis faktycznego (a nie pożądanego czy „racjonalnego”) przebiegu procesu wnioskowania o przyczynach zachowania i wyjaśnienie deformacji tego procesu.

3.1.1. Klasyczne modele atrybucji

Ojcem-założycielem teorii atrybucji był Fritz Heider (1958), który swoje

koncepcje uważał za rekonstrukcję sposobu, w jaki „psycholog naiwny”, czyli przeciętny człowiek wyjaśnia sobie przyczyny ludzkich zachowań. Przede wszystkim zakłada, iż zachowanie jest łączną konsekwencją sił tkwiących w otoczeniu (czynniki zewnętrzne) i sił tkwiących w działającej jednostce (czynniki wewnętrzne). Siły te oddziałują na zachowanie addytyw-

nie, tzn. dodają się do siebie. Im większa każda z tych sił, tym bardziej rośnie szansa na pojawienie się zachowania. Nawet jeżeli siły osobiste sprzyjające jakiemuś zachowaniu są zerowe lub ujemne (prezydent miasta nie chce zgodzić się na lokalizację nowego supermarketu w mieście), do wykonania tego czynu mogą go skłonić odpowiednio duże siły zewnętrzne (łapówka albo nacisk kolegów z własnej partii). I na odwrót - możemy wykonywać nawet marnie płatną pracę (minimalna siła zewnętrzna), jeżeli bardzo nas ona interesuje (duża siła osobista).

O sile osobistej decydują - zakłada psycholog naiwny - dwa czynniki: zdolności i usiłowanie. Działają one na zasadzie przemnażania się. Dla zaistnienia choćby minimalnej siły osobistej skłaniającej do jakiegoś działania konieczne jest niezerowe natężenie zarówno zdolności, jak i usiłowania. Po spełnieniu tego warunku, oba czynniki mogą się nawzajem kompensować - niedostatki zdolności (ale nie ich całkowity brak) można skompensować wzmożeniem wysiłku, a przy wielkich zdolnościach nawet minimalny wysiłek wystarcza dla osiągnięcia celu. To, co dotąd powiedziano, można zapisać następująco:

$$\text{Działanie} = f(\text{siły zewnętrzne} + \text{zdolności} \times \text{usiłowanie})$$

Innym ważnym pojęciem, za pomocą którego Heider rekonstruuje potoczne spostrzeganie przyczyn działania, jest „możność” (*can*), pojęcie odnoszące się do relacji pomiędzy zdolnościami a wielkością sił zewnętrznych. Spostrzegana u działającej osoby możliwość jest tym większa, im bardziej zdolności osoby górują nad nieprzyjawnymi siłami zewnętrznymi - np. przy trudnym zadaniu, możliwość rośnie wraz z poziomem zdolności matematycznych. Możliwość jest zdroworozsądkową kategorią pozwalającą ująć łącznie wpływ sił zewnętrznych i zdolności. Przy użyciu tej kategorii działanie jest zatem spostrzegane jako efekt przemnażających się czynników możliwości i usiłowania:

$$\text{Działanie} = f(\text{możliwość} \times \text{usiłowanie})$$

Odpowiedzialność osobista za działanie jest zatem przypisywana wówczas, gdy przy choćby minimalnej możliwości wystąpi usiłowanie, które z kolei również ma dwa aspekty: intencję (trzeba chcieć danego działania) i wysiłek (trzeba starać się je zrealizować). Zasadnicza różnica między możliwością a usiłowaniem polega na tym, że ta pierwsza jest poza kontrolą działającego człowieka, podczas gdy usiłowanie ma charakter kontrolowany.

Choć Heider w zasadzie nie prowadził badań empirycznych, jego analizy są intuicyjnie bardzo przekonujące i stały się inspiracją dla licznych koncepcji atrybucyjnych, które przejęły przede wszystkim rozróżnienie między przyczynami wewnętrznymi i zewnętrznymi. Np. Bernard Weiner (1979; 1986), który zajmował się spostrzeganiem przyczyn sukcesów i porażek (własnych lub cudzych), dołączył do wymiaru umiejscowienia przyczyn zachowania

(wewnętrzne-zewnętrzne) wymiar ich stałości-zmienności oraz kontrolowalności. Tak więc sukces i porażka mogą być wyjaśniane na sześć zasadniczych posobów, jak ilustruje tabela 3.1.

Tabela 3.1. Zróżnicowanie spostrzeganych przyczyn sukcesu lub porażki na wymiarach umiejscowienia, stałości i kontrolowalności

	Wewnętrzne		Zewnętrzne	
	stałe	zmienne	stałe	zmienne
kontrolowalne	typowy	czasowy wysiłek nastroj	opinia nauczyciela trudność zadania	nietypowa pomoc pech/szczęście
niekontrolowalne	wysiłek			

Źródło: na podstawie koncepcji Weinera (1986).

Wszystkie te możliwe typy przyczyn uzyskanego wyniku są przez ludzi rozpatrywane, zaś decyzja o zadziałaniu jednej z nich (czyli atrybucja) jest podejmowana na podstawie różnego rodzaju informacji. O rozstrzygnięciu, czy zadziałała przyczyna wewnętrzna, czy zewnętrzna decyduje przede wszystkim porównanie wyników obserwowanej osoby z wynikami innych osób. Jeżeli Janek uzyskuje wyniki podobne do osiągniętych przez kolegów, atrybucja jest zewnętrzna; jeżeli wyniki Janka odbiegają w górę lub w dół od wyników kolegów - atrybucja jest wewnętrzna (to coś w Janku decyduje o jego szczególnych wynikach). W przypadku atrybucji wewnętrznej pojawia się nadto konieczność rozstrzygnięcia pomiędzy czynnikiem stałym (zdolności lub typowy wysiłek), a zmiennym (wysiłek czasowy - wkładany tylko w to jedno zadanie). Rozstrzygnięcie to jest zwykle dokonywane na podstawie wyników poprzednio uzyskiwanych przez ocenianą osobę. Jeżeli aktualny wynik jest zgodny z poprzednimi (Janek wypadł w tym zadaniu podobnie dobrze lub źle jak poprzednio), to przypisywany jest poziomowi zdolności; jeżeli wyniki jest niezgodny z poprzednimi - przypisywany jest poziomowi zmiennego (czasowego) wysiłku.

Rodzaj dokonanej atrybucji wpływa na oczekiwania co do przyszłości, przeżywane emocje i poziom wykonania. Oczekiwania co do przyszłych wyników są uzależnione przede wszystkim od stałości atrybucji: jeżeli sukces na egzaminie przypiszemy zdolnościom albo typowemu wysiłkowi, to bardziej oczekujemy jego powtórzenia w przyszłości niż po przypisaniu go czynnikom zmiennym (jak szczególnie duży, choć nietypowy wysiłek włożony w przygotowanie, albo niezwykła pomoc innych, jak ściągą). Stałość atrybucji nasila także reakcje emocjonalne, choć ich treść uzależniona jest od umiejscowienia i kontrolowalności. Np. kontrolowalność przyczyny porażki budzi gniew skierowany na siebie (przy atrybucji wewnętrznej, jak zbyt mały wysiłek), bądź na innych (przy atrybucji zewnętrznej, jak niechęć nauczyciela). Z kolei дума przeżywana jest po porażce przypisanej czynnikom wewnętrznym i kontrolowalnym itd.

Do rozważań Heidera nawiązuje też sformułowana przez Jonesa i Davisa (1965) teoria wniosków korespondentnych, dotycząca wnioskowania o dyspozycyjnych cechach człowieka na podstawie jego działania. Wyjaśnianie ludzkiego zachowania jest tu rozumiane jako poszukiwanie korespondencji (odpowiedniości) między zaobserwowanym działaniem, intencją działającego człowieka (aktora) i jego predyspozycjami, czyli cechami osobowości. Wniosek korespondentny, czyli wniosek, że za obserwowanym zachowaniem ukrywa się jakaś odpowiadająca mu trwała cecha aktora, jest dla obserwatora najbardziej użyteczny, ponieważ nie tylko pozwala zrozumieć przyczyny danego postępu, ale umożliwia również przewidywanie zachowań tego samego aktora w przyszłości. Jednakże aby taki wniosek wyciągnąć, obserwator musi odpowiedzieć na dwa podstawowe pytania. Po pierwsze, czy zachowanie aktora było intencjonalne? I po drugie, jaka była intencja aktora, czyli co on właściwie chciał osiągnąć? Obserwatorzy uznają działanie za intencjonalne, jeżeli uważają, że: (1) aktor wiedział o skutkach, do jakich doprowadzi jego działanie oraz (2) miał swobodę działania i mógł swoim działaniem doprowadzić do tych skutków.

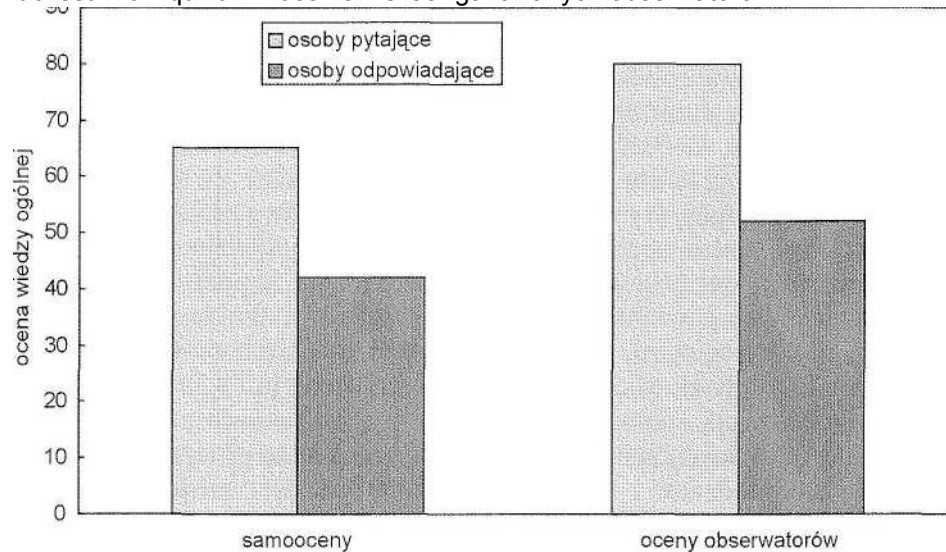
Co do pytania drugiego, teoria zakłada, że wnioskowanie o treści intencji aktora dokonywane jest na podstawie analizy nietożsamyh efektów różnych jego działań. Jeżeli Adam wybrał pracę analityka w banku, a odrzucił równie dobrze płatne oferty pracy jako agenta public relations lub szefa kadr w firmie spedycyjnej, to możemy wnioskować, że woli pracę wymagającą niewielu kontaktów z ludźmi, a więc że jest introwertykiem (odrzucone oferty wymagają raczej ekstrawersji). Nie możemy natomiast wnioskować o jego zainteresowaniu pieniędzmi, ponieważ wszystkie oferty zawierały obietnicę wysokich zarobków, które były tożsamymi skutkami każdego z wyborów. Jedynym nietożsamym skutkiem wybranej możliwości był brak kontaktów z ludźmi. Kiedy jednak ponadto okazuje się, że pierwsza oferta pochodziła z warszawskiej centrali banku, a dwie pozostałe pochodziły z oddziału firmy ulokowanego w Poznaniu (czyli kolejnym nietożsamym skutkiem jest lokalizacja miejsca pracy), to pewność wniosku o introwersji Adama słabnie - wybór mógł być równie dobrze podyktowany nadzieją na szybki awans, o który łatwiej w centrali niż w lokalnym oddziale. Im więcej jakieś działanie ma skutków nietożsamyh ze skutkami innych, odrzuconych możliwości, tym słabsza możliwość wyciągania jednoznacznych wniosków korespondentnych. Analiza nietożsamyh efektów działania często nie wystarcza więc do sformułowania wniosków i obserwatorzy posilkuja się innymi informacjami. Najważniejszą z nich jest zgodność-niezgodność zachowania z oczekiwaniami. Z kolei najważniejszym oczekiwaniem jest przypuszczenie, że ludzie staraja się pozyskać aprobatę innych i dlatego zachowuja się w społecznie aprobowany sposób. Choć przychodząc do pracy, witamy się z koleżanką, dopytując o zdrowie jej dziecka, nie musi to świadczyć o naszej życzliwości, ponieważ tak się po prostu robi. Dopóki człowiek robi to, co „robią wszyscy”,

co jest społecznie oczekiwane i aprobowane, dopóty jego zachowanie nie daje podstaw do wnioskowania o jego cechach. Silną podstawą do wnioskowania o cechach osobowości jest natomiast zachowanie sprzeczne z oczekiwaniami. Dotyczy to także oczekiwań związanych z pełnioną przez aktora rolą społeczną - osoba mówiąca kwadrans bez przerwy zostanie uznana za gadułę, jeżeli wygłasza toast na urodzinach, ale tak się nie stanie jeżeli wygłasza mowę obrończą w sądzie. Dotyczy to także oczekiwań związanych z przynależnością aktora do jakiejś kategorii społecznej - jeżeli adwokat nie mówi przynajmniej przez kwadrans, to uważamy go za milczka, gdyż po ludziach pracujących w tym zawodzie spodziewamy się wypowiedzienia wielu słów.

Z omawianej koncepcji wynika też przewidywanie, że pewność wniosków korespondentnych powinna słabnąć, kiedy działanie aktora jest ograniczone czynnikami sytuacyjnymi, a więc kiedy nie ma on swobody działania (np. robi to, co kazał dyrektor), kiedy działanie narzucone jest pełnioną rolą, czy zajmowaną pozycją społeczną. Jednak bardzo liczne dane przekonują, że ludzie nie doceniają sytuacyjnych ograniczeń działań aktora i formułują wnioski korespondentne z większym stopniem pewności, niż to jest uzasadnione. Innymi słowy - wyciągają wnioski o cechach aktora nawet z takich działań, które w istocie uwarunkowane są sytuacyjnie (Gilbert, 1995). Interesującą ilustracją tego p o d s t a w o w e g o b ł ę d u a t r y b u c j i są badania, w których ludzie uczestniczyli parami w zaaranżowanym quizie „Wiem wszystko”. Jedna osoba z pary była losowo przypisywana do roli pytającego, druga zaś do roli odpowiadającego. Pytający mógł zadać jakiekolwiek pytanie pod warunkiem, że sam znał na nie odpowiedź. Zadaniem odpowiadającego było udzielenie odpowiedzi. Sytuacja ta w oczywisty sposób stawiała pytającego na lepszej pozycji. Mógł on np. zapytać, jaka nazywa się stolica Hondurasu (Tegucigalpa), gdyż niedawno czytał książkę o tym kraju. Odpowiadający czytał książkę, powiedzmy, o sąsiedniej Nikaragui i wiedział, jak się nazywa jej stolica (Managua), ale ponieważ pytany był o Honduras, nie mógł się swoją wiedzą pochwalić. Wiedza pytającego była tu wyraźnie preferowana (jak na egzaminie, który także Ciebie czeka!). Niemniej jednak, kiedy na zakończenie badania obu uczestników poproszono o ocenę własnej wiedzy ogólnej, badani grający rolę pytających uważali się za mądrzejszych, a podobnie sądzili niezaangażowani obserwatorzy, co ilustruje rysunek 3.1.

Obok tego „poznawczego” zniekształcenia atrybucji w postaci przeceniania roli czynników wewnętrznych, Jones i Davis zakładali, że atrybucje są zniekształcane także i przez czynniki motywacyjne. Mianowicie, skłonność do upatrywania przyczyn zachowania w predyspozycjach aktora rośnie: (1) kiedy jego działania mają silne konsekwencje dla obserwatora (jeżeli aktor wyrządza nam duże szkody lub przynosi duże zyski, silniej wnioskujemy o jego cechach) oraz (2) kiedy jego działania są ksobnie interpretowane przez obserwatora (silniej wnioskujemy o cechach aktora, gdy uważamy jego działania za skierowane właśnie na nas).

Rysunek 3.1. Wiedza ogólna osoby pytającej i odpowiadającej -w ocenie własnej uczestników quizu i w ocenie niezaangażowanych obserwatorów



Źródło: na podstawie danych Rossa, Amabile i Steinmetza (1977).

Teoria Jonesa i Davisa dotyczy wnioskowania o cechach osoby działającej na podstawie jej zachowania, natomiast inna klasyczna koncepcja zaproponowana przez Kelleya (1967; 1973) dotyczy szerszego zakresu wniosków atrybucyjnych. Model współzmienności Kelleya zakłada, że potoczne wyjaśnianie powtarzających się zachowań polega na sprawdzaniu, które czynniki współzmienniają się z obserwowanym zachowaniem. Próbuąc wyjaśnić jakieś zachowanie, np. głośny śmiech Janka podczas oglądania występu pewnego komika, obserwator bierze pod uwagę trzy rodzaje informacji. Po pierwsze, o spójności zachowania - a więc czy Janek zawsze śmieje się podczas występów tego komika. Po drugie, o wybiórczości zachowania - czy Janek reaguje tak na wszystkich komikach, czy tylko na tego jednego. Po trzecie, o powszechności zachowania - czy innych ludzi komik ten też śmieje, czy nie. Spójność zachowania oznacza, że ta sama osoba zachowuje się podobnie przy wszystkich okazjach i „razach”, wybiórczość - że zachowuje się w taki sposób tylko w odniesieniu do danego bodźca, ale nie innych bodźców podobnego rodzaju, zaś powszechność - że inni ludzie zachowują się podobnie w stosunku do tego samego bodźca. Jeżeli zachowanie jest wysoce spójne (Janek zawsze śmieje się z tego komika), wysoce wybiórcze (bardziej z tego komika niż z innych) i powszechne (wszyscy się z niego śmieją), to przyczyna zachowania upatrywana jest w bodźcu, na które zachowanie jest kierowane (komiku). Jeżeli natomiast zachowanie jest wysoce spójne, niewybiórcze (Janek śmieje się ze wszystkich komików) i niepowszechne (inni nie śmieją się z tego komika), to jego

przyczyna upatrywana jest w działającej osobie (Janek jest śmieszkiem). Przyczyna jest więc każdorazowo upatrywana w tym czynniku, który pojawia się wtedy, gdy występuje dane zachowanie i który jest nieobecny pod nieobecność owego zachowania.

Dziesiątki badań przekonują, że ludzie są w stanie opierać swe atrybucje na informacji o spójności, wybiórczości i powszechności zachowania, jednak nie zawsze to czynią, a jeżeli już, to z niejednakowym zapałem. Faktyczne atrybucje zwykle w największym stopniu opierają się na informacji o spójności zachowania (ułatwiającej wnioskowanie o cechach aktora jako przyczynach), a najsłabiej na informacji o jego powszechności (Fiske, Taylor, 1991). Warto też podkreślić, że cały model współzmienności dotyczy wnioskowania o przyczynach zachowań powtarzalnych, natomiast do zachowań jednorazowych stosują się reguły atrybucyjne nazwane przez Kelleya regułami powiększania i pomniejszania (por. KONCEPCJA 3).

3.1.2. Deformacje procesu atrybucji

Choć klasyczne koncepcje atrybucji zainspirowały wiele badań, pokazały one, że atrybucje faktycznie dokonywane przez ludzi często odbiegają od normatywnych postulatów modelu współzmienności, czy teorii wniosków korespondentnych. Problem ten jest znany pod nazwą deformacji procesu atrybucji, z których najważniejszymi są: podstawowy błąd atrybucji, różnica perspektywy aktor-obserwator oraz egotyzm i egocentryzm atrybucyjny.

Najlepiej udokumentowaną deformacją jest podstawowy błąd atrybucji polegający na skłonności do przypisywania cudzych zachowań czynnikom wewnętrznym, przy niedocenianiu roli sytuacyjnych wyznaczników tych zachowań (Ross, 1977). Jeżeli Janek gniewnie pokrzykuje na kolegę, to wyciągamy wniosek, że jest agresywny, a nie doceniamy, faktu, że kolega go sprowokował złośliwą uwagą lub kopnięciem w kostkę podczas gry w piłkę. Niedocenianie roli czynników sytuacyjnych ilustruje rysunek 3.1 i ma ono miejsce także wtedy, gdy sam obserwator wytwarza ograniczenie dla zachowania aktora. Pierwsze wyjaśnienie podstawowego błędu atrybucji sformułował jeszcze Heider (1958) twierdząc, że zachowanie aktora wypełnia „pole percepcyjne” obserwatora - zachowanie aktora silnie przyciąga uwagę i stanowi zatem figurę na tle sytuacji. Ponieważ ludzie upatrują przyczynowej roli w tym, na czym skupia się ich uwaga (Kassin, Pryor, 1985), przeceniają rolę cech aktora, a nie doceniają roli mało wyrazistych wyznaczników sytuacyjnych. Choć dużej roli uwagi i wyrazistości dowodzi wiele badań, a wzrost wyrazistości aktora nasila podstawowy błąd atrybucji, liczne dane wskazują, że błąd ten nie jest tylko skutkiem automatycznego skupiania uwagi na aktorze (Fiske, Taylor, 1991). Po pierwsze, małe dzieci nie dokonują

atrybucji dyspozycyjnych - uczą się tego dopiero pod koniec dzieciństwa. Po drugie, skłonność do atrybucji dyspozycyjnych występuje przede wszystkim w kulturach indywidualistycznych (Zachodu), a nie kolektywistycznych (np. Dalekiego Wschodu). Po trzecie, podstawowy błąd atrybucji słabnie, kiedy obserwator ma świadomość, że będzie musiał swoje sądy uzasadnić i wyjaśnić. Wreszcie, po czwarte, błąd ten występuje także w badaniach, których uczestnicy jedynie czytają opisy cudzych zachowań (zamiast je faktycznie obserwować), a więc nie może być mowy o wypełnianiu pola percepcyjnego przez aktora.

Podstawowy błąd atrybucji jest więc zbyt plastyczny, aby stanowić jedynie skutek automatycznego skupiania uwagi na aktorze. Stąd też jest on wyjaśniany na wiele innych sposobów - np. w kategoriach heurystyki zakotwiczenia/dostosowania (por. rozdz. 2.3.2). Wedle tego wyjaśnienia obserwowana osoba pełni w procesie spostrzegania rolę zakotwiczenia - atrybucja zachowania „do osoby” jest więc pierwotna i spontaniczna. Natomiast uwzględnianie nacisków sytuacyjnych jest podobne do procesów dostosowania. Ponieważ dostosowanie jest z reguły niewystarczające, podobnie niewystarczająca jest wzbudzona sytuacją modyfikacja pierwotnego sądu o zachowaniu jako skutku cech aktora (Quattrone, 1982).

Inne wyjaśnienie nadmiernej skłonności do osobowościowych atrybucji cudzego zachowania nawiązuje do wzmiankowanej już tendencji do pomijania informacji o powszechności zachowania. Jeżeli Janek poświęca wiele czasu na pogoń za dobrami materialnymi, szansa uznania, że to jego cechy (przywiązanie do dóbr materialnych) są odpowiedzialne za to zachowanie oczywiście rośnie, kiedy pomijamy fakt, że pogoni takiej oddaje się współcześnie bardzo wiele innych osób. Dopiero uwzględnienie tego faktu osłabi atrybucje wewnętrzne (Nisbett, Borgida, 1975) - skoro wszyscy biegają za pieniędzmi, zachowanie Janka można wyjaśnić duchem czasów, a nie indywidualnymi cechami. Wyjaśnienie mechanizmu podstawowego błędu atrybucji, to główne zadanie bardziej współczesnych, procesualnych modeli atrybucji, którymi się niebawem zajmiemy.

Druga powszechnie obserwowana deformacja, to *asymetria atrybucji aktora i obserwatora*: podczas gdy cudze zachowania wyjaśniamy raczej czynnikami wewnętrznymi, zachowania własne wyjaśniamy raczej czynnikami zewnętrznymi (Jones, Nisbett, 1972). Kiedy ktoś inny gniewnie pokrzykuje, mówimy sobie „co za agresywny facet”, kiedy sami pokrzykujemy, mówimy sobie „ale mnie sprowokował”. Kiedy Marysia zakocha się w Janku, powiadamy „ależ ona kochliwa” (widzimy, że przyczyną tak intensywnych uczuć nie może być Janek); jednak sama Marysia upatruje przyczyny swoich uczuć w Janku („ach, jakież on barczysty i ogólnie wspaniały”).

Podobnie jak podstawowy błąd atrybucji, asymetria aktor-obserwator jest uwarunkowana wieloma czynnikami równocześnie. Pierwszy z nich to przy-

woływane już *ukierunkowanie uwagi*: uwaga obserwatora jest skierowana na osobę aktora (stąd atrybucje wewnętrzne), natomiast działający aktor, aby zrealizować swoje cele musi kierować uwagę na sytuację (stąd atrybucje sytuacyjne). Działania tego mechanizmu dowodzi odwrócenie zwykłej asymetrii aktor-obserwator w sytuacji skonstruowanej w taki sposób, że aktorzy zwracają uwagę na siebie (obserwują siebie na filmie), zaś obserwatorzy skupiają ją na sytuacji (Storms, 1973). Inny mechanizm odpowiedzialny za asymetrię atrybucji, to *odmiennosc wiedzy* aktora i obserwatora: aktor zwykle jest o wiele bardziej niż obserwator świadomy sytuacyjnej zmienności swoich zachowań w przeszłości (Marysia doskonale zdaje sobie sprawę z tego, że inni mężczyźni nie budzili w niej takich uczuć jak Janek), stąd większa skłonność do upatrywania przyczyn własnego zachowania w bieżących czynnikach sytuacyjnych. Działania tego mechanizmu dowodzi fakt, że skłonność do wewnętrznych atrybucji spada, a zewnętrznych rośnie wraz ze wzrostem znajomości przez obserwatora osoby działającej. Im lepiej kogoś znamy, tym bardziej wyjaśniamy sobie jego zachowania w podobny sposób jak własne (Nisbett i in., 1973). Trzecim mechanizmem odpowiedzialnym za asymetrię aktor-obserwator jest *zróżnicowany język* opisu zachowań własnych i cudzych. Podczas gdy własne zachowania opisujemy za pomocą konkretnych czasowników („ja krzyczałem”), zachowania cudze opisujemy za pomocą bardziej abstrakcyjnych czasowników, oznaczających zarówno sens zachowań, jak i cechy osobowości („on był agresywny”) (Semin, Fiedler, 1991). Co ciekawe, różnica ta zanika w odniesieniu do partnerów bliskiego związku. Im dłużej w takim związku pozostajemy, tym bardziej skłonni jesteśmy opisywać zachowanie partnera konkretnymi czasownikami, a nie abstrakcyjnymi przymiotnikami, a skłonność ta koreluje z satysfakcją ze związku (Fiedler i in., 1995). Zatem im bliższy i bardziej satysfakcjonujący partner intymnego związku, tym bardziej spostrzegamy go na własne podobieństwo - nie tylko w sensie treści, ale i sposobu opisu jego osoby.

Asymetria aktor-obserwator jest jednak zwykle raczej słaba i łatwo zanika w służbie motywu autowaloryzacji: jeżeli własne zachowanie jest wyraźnie pozytywne, ludzie silniej je przypisują czynnikom wewnętrznym, niż sytuacyjnym (Fiske, Taylor, 1991). Motyw autowaloryzacji jest też odpowiedzialny za kolejną deformację - *egocyzm atrybucyjny*, czyli tendencję do wyjaśniania własnych zachowań w pochlebny dla siebie sposób. W szczególności, własne sukcesy są wyjaśniane czynnikami wewnętrznymi (atrybucje podwyższające poczucie własnej wartości), zaś porażki - czynnikami zewnętrznymi (atrybucje obronne). Pierwsza z tych skłonności jest przejawiana częściej i w sposób bardziej konsekwentny niż druga - ludzie z reguły sobie przypisują sukcesy, a choć porażki przypisują co prawda chętniej sytuacji, czasami upatrują ich przyczyny w sobie samych (Miller, Ross, 1975). Sugeruje to, iż motyw autowaloryzacji (obrona

i podwyższanie poczucia własnej wartości) nie jest jedynym mechanizmem egotyzmu atrybucyjnego. Innym mechanizmem jest zgodność-niezgodność uzyskanego wyniku z oczekiwaniami. Jeżeli przygotowywaliśmy się do egzaminu i go zdaliśmy, wynik ten jest zgodny z naszym oczekiwaniem i łatwiej przyjąć zań odpowiedzialność niż za porażkę, której ani nie planowaliśmy, ani nie oczekiwaliśmy. Jeżeli jednak porażka była oczekiwana (wiedzieliśmy, że egzamin jest bardzo trudny), to rośnie skłonność do przyjmowania za nią odpowiedzialności.

Innym zniekształceniem jest egocentryzm atrybucyjny polegający na przecenianiu własnego wkładu w jakiś wynik osiągnięty wspólnie z innymi osobami. Ross i Sicoly (1979) zapytali osoby pozostające w małżeństwie, jaki procent różnych obowiązków domowych (zakupy, sprząatanie itd.) jest wykonywany przez nie, a jaki przez partnera. Zsumowane procenty odpowiedzialności przypisywanej sobie przez oboje małżonków z reguły przekraczały 100%, co oznacza, że przynajmniej któreś z nich przeceniało swój wkład. Jedno z możliwych wyjaśnień tego efektu odwołuje się do motywu autowaloryzacji, jednakże egocentryzm atrybucyjny stwierdza się także w odniesieniu do wyników negatywnych, tak więc pochlebne myślenie o sobie nie do końca wyjaśnia przecenianie własnego wkładu. Głównym mechanizmem odpowiedzialnym za egocentryzm jest większa łatwość przypomnienia sobie działań własnych niż partnera (dobrze pamiętam zakupy, które sama robiłam, ale nie pamiętam zakupów męża, gdyż mnie przy nich nie było). Ludzie przeceniają także stopień, w jakim ich działania i wygląd są zauważane przez innych, co odnosi się do właściwości zarówno pozytywnych, jak i negatywnych. Np. uczestnicy dyskusji grupowej przeceniają stopień, w jakim inni uznają ich wkład w dyskusję, ale i zauważają popełnione błędy językowe czy niemądre wypowiedzi (Gilovich, Medvec, Savitsky, 2000).

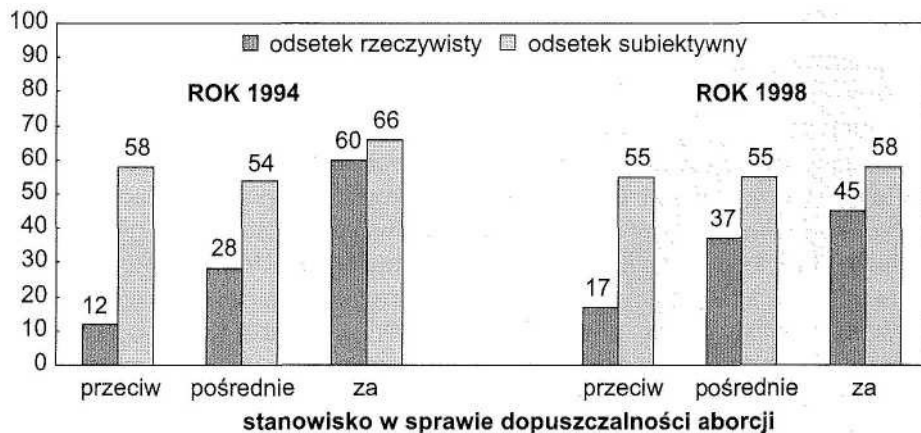
ZŻYCIA 3.a Fałszywa powszechność i wojownicze mniejszości

Ludzie mają skłonność do przeceniania stopnia rozpowszechnienia własnych postaw, poglądów i cech. Ten efekt fałszywej powszechności (Ross, Green, House, 1977) przedstawia rysunek 3.2 na przykładzie postaw Polaków wobec dostępności aborcji. Choć rzeczywiste postawy Polaków wobec tej kwestii są silnie zróżnicowane (co pokazują odsetki badanych opowiadających się za każdym ze stanowisk), zwolennicy każdego stanowiska uważają zwykle, że większość Polaków myśli podobnie jak oni (co ilustrują odsetki subiektywne podawane w odpowiedzi na pytanie „Jaki procent Polaków jest tego samego zdania, co Pan/i?”). Efekt fałszywej powszechności dotyczy wielu własnych cech i poglądów (np. palacze przeceniają liczbę palących osób), choć nie tych najbardziej pozytywnych, gdzie ludzie wolą przeceniać raczej własną wyjątkowość (w służbie motywu autowaloryzacji).

Zakładanie, że nasze poglądy i cechy występują u innych częściej niż w rzeczywistości jest uwarunkowane dwoma czynnikami. Pierwszy wiąże się z podwyższoną dostępnością umysłową: kiedy myślimy o jakiejś kwestii, bardziej skupiamy się na

własnym stanowisku, niż na innych możliwych, o których często w ogóle nie myślimy, jako że zdają się nam niemożliwe do przyjęcia. Ponadto zwykle otaczamy się ludźmi o poglądach podobnych do naszych, żyjąc w swoistym „getcie informacyjnym”. Drugi powód jest taki, że przecenianie powszechności własnych poglądów utwierdza nas w poczuciu ich słuszności, co samo w sobie jest pożądane, a ponadto podnosi przekonanie o wartości własnej osoby.

Rysunek 3.2. Rzeczywiste i subiektywne odsetki Polaków zajmujących różne stanowiska w sprawie dopuszczalności aborcji (2 próby ogólnopolskie badane w latach 1994 i 1998 przez sopočką Pracownię Badań Społecznych, N = 1050)



Źródło: na podstawie danych Wojciszke (2001).

Drugie z tych wyjaśnień każe oczekiwać, że przecenianie pojawia się przede wszystkim u osób wyznających poglądy mniejszościowe, jako że ich opinie są częściej atakowane i wymagają silniejszej obrony. Przekonuje o tym wiele danych (por. Mullen, Hu, 1988), m.in. zamieszczone na rysunku 3.2. W badaniach prób ogólnopolskich pytano o poglądy na kilka spornych kwestii (jak aborcja, prywatyzacja czy dekomunizacja), stwierdzając, że osoby o poglądach mniejszościowych nie tylko najbardziej przeceniają powszechność swoich poglądów, ale przypisują im też najwięcej słuszności (monopolizują rację) i uważają je za moralnie lepsze. Skłonności te korelują ze sobą, tworząc syndrom wojowniczej mniejszości, skłonnej do narzucania własnych poglądów innym. Przykładem takiego narzucania przez mniejszość własnych poglądów większości są zmiany w polskim prawodawstwie dotyczącym aborcji. W kilka miesięcy po badaniach w roku 1994 Sejm przyjął na wniosek niewielkiej partii prawicowej bardzo restrykcyjną ustawę zakazującą aborcji, choć ustawa wyrażała poglądy zaledwie kilkunastu procent społeczeństwa. Po czterech latach badania na innej próbie ogólnopolskiej ponownie wykazały efekt fałszywej powszechności jako szczególnie charakterystyczny dla osób o poglądach mniejszościowych. Co interesujące, porównanie lewej i prawej strony rysunku 3.2 przekonuje, iż w ciągu czterech lat poglądy Polaków przesunęły się w kierunku nowo obowiązującego prawa - aż o 15% zmalała największa grupa osób opowiadających się za nieograniczoną dostępnością aborcji. Tak więc osoby o poglądach mniejszościowych wyznają je nie tylko w bardziej intensywny sposób, ale są też w stanie skutecznie zmieniać poglądy większości.

Ostatnią dobrze uzasadnioną empirycznie deformacją atrybucji jest efekt fałszywej powszechności, polegający na przecenianiu stopnia rozpowszechnienia własnych poglądów, zachowań i preferencji (por. Z ŻYCIA 3.a). Ponieważ własne poglądy czy zachowania są zgodne z oczekiwaniami, częściej przypisujemy je czynnikom zewnętrznym. Poglądy i zachowania odmienne od naszych są nieoczekiwane, co skutkuje większą skłonnością do ich wyjaśniania czynnikami wewnętrznymi.

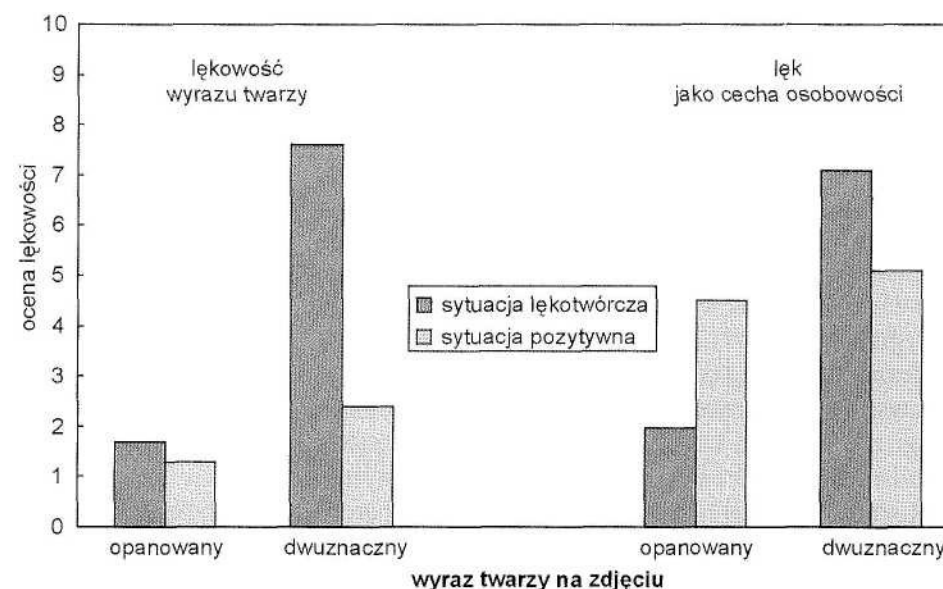
3.1.3. Procesualne modele atrybucji

Bardziej współczesne modele atrybucji stawiają sobie za cel nie tyle stworzenie normatywnego wzorca atrybucji (wzorca najbardziej racjonalnych czy uzasadnionych wnioskowań o przyczynach zachowania), ile prześledzenie faktycznego przebiegu procesu wnioskowania o przyczynach obserwowanego zachowania. Dwuetapowy model atrybucji zaproponowany przez Yaacova Trope (1986) zakłada, że proces ten przebiega w dwóch etapach. Etap pierwszy to identyfikacja, czyli odpowiedź na pytanie, co aktor robi; etap drugi to wnioskowanie, czyli odpowiedź na pytanie dlaczego aktor to robi. W etapie pierwszym obserwator identyfikuje sens zachowania aktora na podstawie jego: (1) obserwowalnych działań, (2) sytuacji, w których mają one miejsce i (3) wszelkiej wstępnej wiedzy (np. o aktorze), jaką obserwator dysponuje. Warto zauważyć, że (2) i (3) mogą utendycyniać identyfikację sensu zachowania. Jeżeli widzimy z daleka, że ktoś krzyczy, to większa jest szansa, że zidentyfikujemy to zachowanie jako agresywne, gdy jest on skinem, niż kiedy jest wodzirejem na zabawie. Etap drugi, to wnioskowanie o przyczynach zachowania na podstawie: (1) jego zidentyfikowanego sensu, (2) sytuacyjnych czynników ułatwiających i utrudniających to zachowanie i (3) wszelkiej wstępnej wiedzy obserwatora.

Przyjrzyjmy się przebiegowi tych procesów na przykładzie eksperymentu, w którym osobom badanym pokazywano fotografię człowieka o wyrazie twarzy albo całkowicie opanowanym, albo dwuznacznym, tak że mógł - ale nie musiał - być odczytany jako załęczony. Badani mieli przy tym albo wyobrazić sobie, że osoba ze zdjęcia jest w lękotwórczej sytuacji (do pokoju właśnie wleciał rój rozwścieczonych pszczoł), albo w sytuacji przyjemnej (właśnie wygrała pewną sumę pieniędzy w quizie telewizyjnym). Badanych proszono o dwojaki rodzaj oceny: jak dalece załęczony jest wyraz twarzy osoby ze zdjęcia (identyfikacja) i jak dalece jest ona osobą ogólnie lękową (wnioskowanie o dyspozycjach). Pierwsze z tych ocen przedstawia lewa strona rysunku 3.3. W przypadku twarzy opanowanej badani oceniali wyraz twarzy jako niezależny, niezależnie od sytuacji. Jednakże w przypadku twarzy o ekspresji dwuznacznej rodzaj sytuacji silnie wpływał na identyfikację wyrazu twarzy - w sytuacji lękotwórczej ekspresja twarzy była widziana jako silnie lękowa, podczas gdy w sytuacji przyjemnej ta sama twarz była widziana jako niezależna.

Prawa strona rysunku przedstawia wnioski dotyczące lęku jako cechy dyspozycyjnej osoby ze zdjęcia. Twarz opanowana w obliczu niebezpieczeń-

Rysunek 3.3. Ocena lękowości wyrazu twarzy i lęku jako cechy osobowości u osób o opanowanym lub dwuznacznym wyrazie twarzy przejawiających tę ekspresję w sytuacji lękotwórczej bądź przyjemnej



Źródło: na podstawie danych Trope (1986).

stwa prowadziła oczywiście do wniosku, że dana osoba jest niełękowa i wniosek ten był silniejszy niż w sytuacji przyjemnej, zgodnie z zasadą powiększania (por. KONCEPCJA 3). Ostatnie dwa słupki przedstawiają przypisywanie cechy lęku osobom o dwuznacznym wyrazie twarzy. Choć przypisywanie osobowościowego lęku powinno być pomniejszone w sytuacji silnie lękotwórczej (rozwścieczone pszczoły wzbudzają strach u każdego, a nie tylko u osób lękliwych), w rzeczywistości cecha ta była najsilniej przypisywana w tych właśnie warunkach, w sprzeczności z logiką i zasadą pomniejszania (por. KONCEPCJA 3). Dlaczego tak się działo? Wyjaśnia to poprzednio omówiona identyfikacja zachowania: jeżeli zachowanie (w tym przypadku wyraz twarzy) jest dwuznaczne, to wskaźniki sytuacyjne silnie zniekształcają konstatację, co aktor robi - zachowanie jest interpretowane tak dalece jako lękowe, że pomniejszenie tego wniosku o naciski sytuacyjne niewiele już może zmienić ostateczny wniosek o cesze.

Rozwinięciem omówionego modelu jest trójetapowy model atrybucji, sformułowany przez Daniela Gilberta (1995), który również próbował wyjaśnić mechanizm podstawowego błędu atrybucji. Podobnie jak Trope, autor ten zakłada, że pierwszym etapem procesu atrybucji jest identyfikacja, natomiast na wnioskowanie o cechach składają się dwa kolejne etapy: automatyczny wniosek o cesze oraz kontrolowana poprawka na sytuację. Gilbert odwołuje się z jednej strony do

podziału procesów psychicznych na automatyczne i niewymagające zasobów operacyjnych umysłu oraz kontrolowane i pochłaniające te zasoby (por. *KONCEPCJA 2*); z drugiej zaś strony - do wyników wskazujących, że sama obserwacja zachowania powoduje przypisanie aktorowi zgodnej z tym zachowaniem cechy niezależnie od sytuacji (Newman, Uleman, 1989). Widok gniewnie krzyczącego mężczyzny automatycznie aktywizuje pojęcie agresywności, które opisuje zarówno sens zachowania, jak i cechę jego wykonawcy. Jednak takie automatyczne przypisanie cechy nie jest jeszcze końcową atrybucją, bowiem ta wymaga jeszcze uwzględnienia poprawki na sytuację. Jeżeli mężczyzna krzyczy, gdyż został sprowokowany (kolega kopnął go w kostkę), przypisujemy mu agresję znacznie słabiej, niż wtedy gdy krzyczy bez żadnej prowokacji. Powodem podstawowego błędu atrybucji jest to, że przypisanie cechy na podstawie zachowania ma charakter automatyczny, podczas gdy uwzględnienie poprawki na sytuację to proces kontrolowany. Pierwszy z tych procesów może się pojawić niemalże w każdych warunkach, drugi zaś wymaga wolnych zasobów umysłowych i łatwo ulega zaburzeniu, jeżeli umysł obserwatora jest zajęty czymś innym.

Rozumowanie to sprawdzali w serii eksperymentów Gilbert, Pelham i Krull (1988). W jednym z nich badani obserwowali na wideo pewną dość nerwową kobietę wypowiadającą się na różne tematy. Badani nie znali treści wypowiedzi kobiety (fonia była wyłączona), choć u dołu ekranu wyświetlano im tematy, na jakie kobieta się wypowiada. Dla połowy badanych były to tematy silnie niepokojące (np. publiczne upokorzenie, ulubione fantazje seksualne), zaś dla drugiej połowy - tematy relaksujące (np. hobby, wymarzone wakacje). Zadaniem osób badanych było ocenić lęk jako cechę kobiety na podstawie jej mimiki, która we wszystkich warunkach była identyczna. Badani przekonani, że kobietą wypowiada się na tematy niepokojące, przypisywali jej znacznie mniejszą lękliwość (a więc uwzględniali poprawkę na treść tematów wypowiedzi), niż badani przekonani, że wypowiada się na tematy relaksujące. Jednakże ta różnica niemal całkowicie zanikała, gdy umysł badanych zajęty był innym, równolegle wykonywanym zadaniem - zapamiętywaniem pokazywanych im słów. W takich warunkach badani przypisywali kobiecie silny lęk, niezależnie od tematu wypowiedzi. Dodatkowe zadanie nie przeszkadzało więc w początkowym przypisaniu cechy, ale wyraźnie uszkadzało branie poprawki na sytuację, czyli treść zadanych tematów. Co ciekawe, nie liczy się tutaj proste odwrócenie uwagi od nacisku sytuacyjnego, lecz właśnie pochłonięcie umysłu równoległym zadaniem. Bowiem w opisanym badaniu słowa do zapamiętania były... nazwami tematów, na które wypowiadała się obserwowana kobieta. Tak więc podstawowy błąd atrybucji wynika z dużej podatności ostatniej fazy wnioskowania (poprawka na sytuację) na zahamowanie wskutek pochłonięcia zasobów poznawczych równolegle wykonywanymi zadaniami. Warto przy tym podkreślić, że naszemu spostrzeganiu osób prawie zawsze towarzyszą inne zadania - rzadko przecież siadamy naprzeciw

innej osoby i oddajemy się wyłącznie kontemplacji, jaka ona jest. Nawet kontrolowanie własnego zachowania (które towarzyszy większości interakcji społecznych) jest takim równoległym zadaniem, które może całkowicie hamować uwzględnianie poprawki na sytuację (Gilbert, Krull, Pelham, 1988). Stąd powszechność podstawowego błędu atrybucji.

3.2. ASOCJACJE: WNIOSKOWANIE NA PODSTAWIE WIEDZY

Spostrzegając innych, wychodzimy daleko „poza dostarczone informacje” (by posłużyć się znaną metaforą Jerome Brunera), a więc poza to co widać - wygląd i zachowanie człowieka. Na różne sposoby wykorzystujemy posiadaną już wiedzę o współwystępowaniu różnych ludzkich cech (ukryte teorie osobowości) oraz wiedzę o różnych rodzajach ludzi i ich typowych zachowaniach (wpływ stereotypów na spostrzeganie).

3.2.1. Ukryte teorie osobowości

Poszczególne cechy są w naszym umyśle zorganizowane na zasadzie związków asocjacyjnych (skojarzeniowych). Pewne cechy skojarzone są z innymi, dzięki czemu na podstawie faktycznie zaobserwowanych cech możemy wnioskować także o innych, zwykle współwystępujących z nimi, właściwościach poznawanego człowieka. Kiedy zaobserwujemy, że jakaś osoba jest np. nietowarzyska (na podstawie o prototypowych dla tej cechy zachowań, jak trzymanie się na uboczu, odrzucanie zaproszenia na imieniny itp.), skłonni jesteśmy wnioskować ponadto, że ma inne cechy kojarzone z nietowarzyskością - a więc, że jest nie lubiana, smutna, pesymistyczna i pozbawiona poczucia humoru, nawet jeżeli na te ostatnie cechy nie ma żadnych bezpośrednich dowodów w postaci obserwowalnych zachowań. Taka sieć powiązań między poszczególnymi cechami nazywa się ukrytą teorią osobowości (UTO, gdzie słowo „ukryta” oznacza tyle, co bezwiedna czy nieświadomie używana).

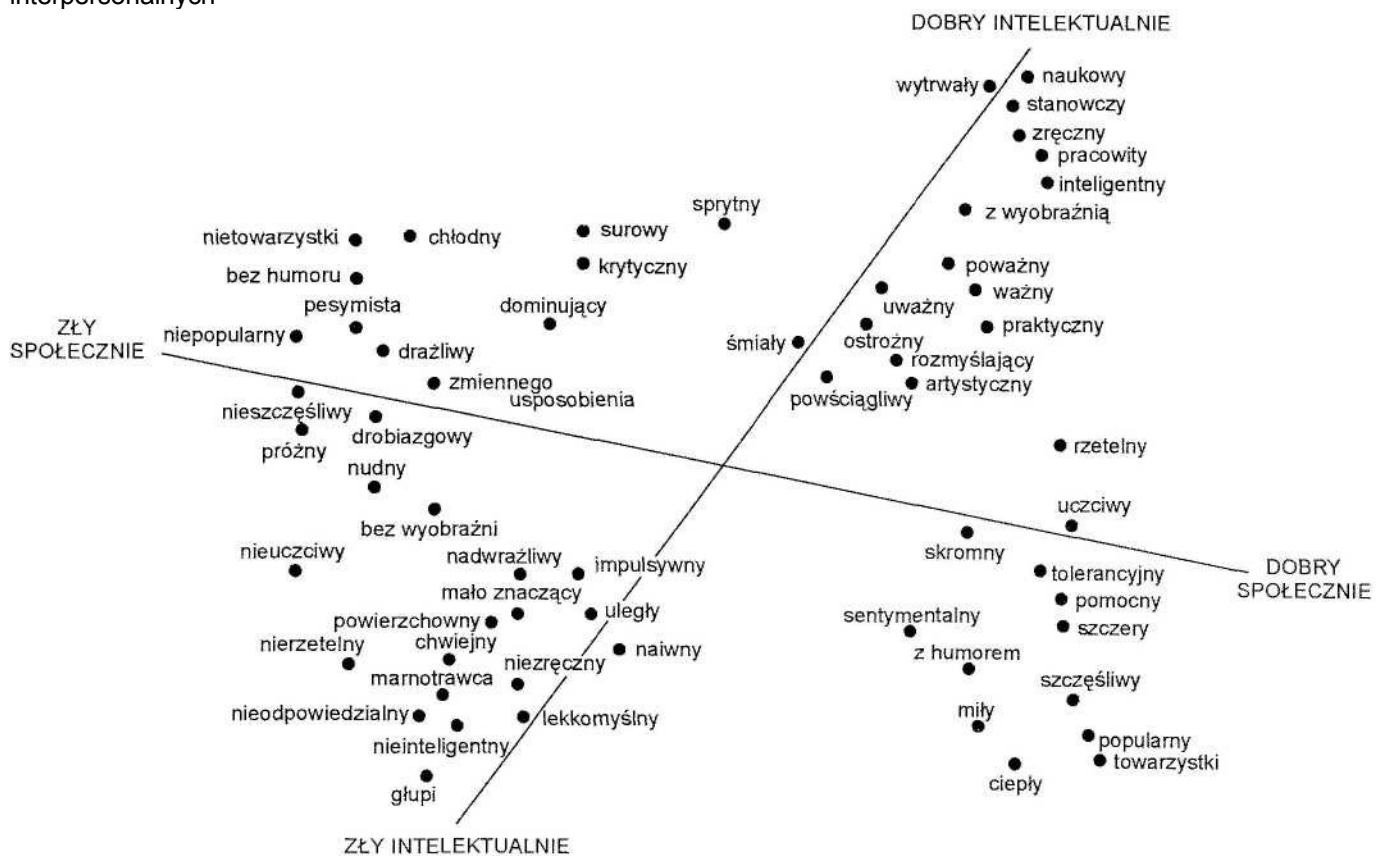
Badania nad UTO zapoczątkował przed wielu laty Solomon Asch (1946), podając swoim badanym zbiory cech charakteryzujące osoby spostrzegane i prosząc o wskazanie, jakie inne jeszcze występują u tych osób. Pokazywane różnym badanym cechy różniły się zwykle jednym tylko elementem - np. „inteligentny - zręczny - pracowity - stanowczy - praktyczny - ostrożny” oraz albo „ciepły”, albo „chłodny”. Badani mieli znacznie większą skłonność do przypisywania osobie ciepłej takich dalszych cech, jak towarzyskość czy dobroduszość, niż osobie chłodnej. Skłoniło to Ascha do postulowania, że pewne cechy (takie jak „ciepły-zimny”) mają centralne znaczenie dla wyciągania wniosków o innym człowieku, w przeciwieństwie do innych cech (jak np. „grzeczny-niegrzeczny”), które stanowią słabą podstawę do wnioskowania.

UTO jest badana empirycznie jako system związków między cechami, m.in. za pomocą skalowania wielowymiarowego. Badani opisują wiele konkretnych osób, używając do tego celu pewnej listy cech. Za każdym razem, kiedy dwie dowolne cechy zostają przypisane tej samej osobie, można mówić o ich współwystępowaniu, a więc i o związku. Dane o współwystępowaniu wszystkich cech zostają poddane statycznej analizie skalowania wielowymiarowego, dostarczającej przestrzennej reprezentacji UTO - swoistej „mapy” obrazującej relacje między poszczególnymi cechami. Punkty w przestrzeni odpowiadają cechom, a dystanse między nimi wyrażają stopień ich funkcjonalnego podobieństwa. Uporządkowanie wszystkich cech oddają analitycznie, statystycznie wyodrębnione wymiary, zinterpretowane następnie z uwagi na swą treść psychologiczną.

Rysunek 3.4 przedstawia wyniki jednego z takich badań, w którym grupa osób opisywała znanych sobie ludzi za pomocą 60 cech. Poszukiwanie ukrytej struktury podobieństw tych cech (na podstawie częstości ich współwystępowania) doprowadziło, jak widać, do przyjęcia rozwiązania dwuwymiarowego. Jeden wymiar dotyczy „dobroci” funkcjonowania społecznego, drugi zaś ogólnie pojętej sprawności. Rosenberg i współpracownicy nazwali ten wymiar „funkcjonowanie intelektualne”, choć analiza treści związanych z nim cech wskazuje, że nazwa ta jest zbyt zawężona (por. rys. 3.4). Ponieważ oba wymiary są silnie nasycone wartościowaniem, nie mają one charakteru całkowicie niezależnego, tak więc osie na rysunku nie przecinają się pod kątem prostym. Rysunek pokazuje, iż niektóre cechy są do siebie bardzo zbliżone (a więc stanowią dla siebie dobrą podstawę do wnioskowania, np. para szczęśliwy-ciepły), a oddalone od innych - swych psychologicznych przeciwieństw. Zróżnicowana odległość poszczególnych cech od krańców wymiarów ilustruje fakt, że wymiary te są w niejednakowym stopniu odpowiedzialne za ich znaczenie. Np. cechy z pary „ciepły - chłodny” plasują się na przeciwległych krańcach wymiaru funkcjonowania społecznego, co jest powodem, dla którego każda z nich może być podstawą do wnioskowania o zupełnie różnych, kolejnych cechach osoby spostrzeganej.

Struktura UTO przedstawiona na rysunku 3.4 pozwala wyjaśnić, dlaczego para cech „ciepły-chłodny” wywierała tak duży wpływ na wnioskowanie o innych cechach w kontekście Aschowskiej sekwencji „inteligentny - zręczny - pracowity - stanowczy - praktyczny - ostrożny”. Mianowicie była to jedyna cecha świadcząca o dobrym lub złym funkcjonowaniu społecznym w kontekście pozostałych cech dotyczących jedynie sprawności w działaniu. Późniejsze badania wykazały, że pojedyncza cecha świadcząca o funkcjonowaniu społecznym w kontekście samych cech sprawnościowych stanowi silniejszą podstawę do wnioskowania o dalszych cechach społecznych niż sprawnościowych, a odwrotnie sprawa się ma z pojedynczą cechą sprawnościową w kontekście cech dotyczących funkcjonowania społecznego. Centralność cechy nie jest więc jej stałą właściwością, lecz wynika z relacji

Rysunek 3.4. Struktura ukrytej teorii osobowości ujawniona za pomocą skalowania wielowymiarowego dużej puli spostrzeżeń interpersonalnych



Źródło: Rosenberg, Nelson, Vivenkanathan (1968, s. 289).

znaczeniowych między daną cechą, cechami kontekstowymi (tymi, które z nią współwystępują) i cechami wnioskowanymi na jej podstawie.

3.2.2. Zachowania, cechy i stereotypy

Spostrzegając innego człowieka, mamy do czynienia z różnymi informacjami zarówno kategorycznymi, a więc o rozmaitych rodzajach ludzi (np. dane zawarte w stereotypach), jak i indywidualnymi (wygląd, zachowania, cechy). W jaki sposób scalamy te informacje w całość i tworzymy spostrzeżenie? Np. jak kształtuje się nasze spostrzeganie barczystego, inteligentnego prawnika o wyraźnie niemieckim nazwisku, który mówi „Ja stanowczo protestuję”? Psychologia społeczna próbowała na różne sposoby odpowiedzieć na to pytanie.

Odpowiedź najprostsza głosi, iż wszystkie te dane są traktowane równorzędnie i kombinowane w całość na mocy pewnej reguły, np. uśredniania. Wymaga to jednak wprowadzenia jakiegoś wspólnego mianownika dla różnego rodzaju danych (barczystość, inteligencja, bycie prawnikiem, Niemcem itd.), którym może być jedynie ich wartościowość, czyli ocena częściowa mówiąca o tym, jak dalece (dobrze lub źle) każda z tych informacji świadczy o spostrzeganym człowieku. Inaczej trudno byłoby porównać i scalić te jakościowo odmienne rodzaje danych. Jednak w konsekwencji taki model nadaje się bardziej do opisu procesu formułowania ogólnej oceny człowieka, niż treściowo zróżnicowanych spostrzeżeń. Stąd też reguły „równorzędnego” kombinowania danych omawiam w następnym podrozdziale poświęconym ocenianiu.

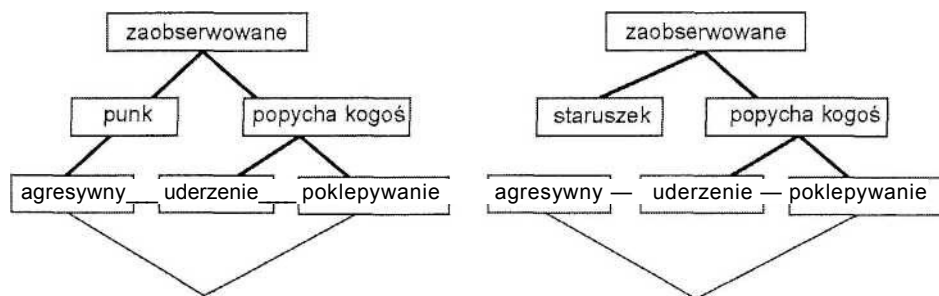
Inną odpowiedź proponują popularne w psychologii modele dominacji danych kategorycznych, zakładające, że stereotypowa, czyli kategoryczna wiedza o rodzajach osób (prawnikach, Niemcach, blondynkach) szybciej i silniej wpływa na proces spostrzegania ludzi, niż informacja o indywidualnych cechach tych osób (Fiske, Pavelchak, 1993). Gdy np. poznajemy jakąś nową osobę, ważniejszą rolę odgrywa to, do jakiej kategorii ludzi ją zaliczymy (czy jest to kobieta, czy mężczyzna, stary czy młody, psycholog czy prawnik), niż to, jakie są jej indywidualne cechy - czy jest bardzo towarzyska, średnio inteligentna, wyraźnie bez poczucia humoru itd. Informacja o kategorycznej przynależności człowieka jest lepiej zauważana, szybciej przetwarzana i zwykle silniej wpływa na naszą opinię o tym człowieku, m.in. dlatego, że pozwala na wyciągnięcie większej liczby wniosków i przewidywań na jego temat (więcej wniosków na temat człowieka sformułujemy na podstawie rozpoznania go jako prawnika, niż jako osoby inteligentnej).

Choć spostrzeganie innego człowieka faktycznie może przebiegać w sposób bardziej kategoryczny, lub bardziej zindywidualizowany (o czym mowa na przykładzie oceniania w podrozdziale 3.3.2), nie ma podstaw do twierdzenia o sekwencyjności przetwarzania danych (najpierw kategoryczne, po-

tem zindywidualizowane). Brak także empirycznych dowodów na tezę, że informacje kategoryjne wywierają ogólnie silniejszy wpływ na spostrzeganie niż informacje zindywidualizowane, a więc o cechach i zachowaniach spostrzeganego człowieka. Przeciwnie, metaanaliza stosownych badań wykazała, że wpływ informacji zindywidualizowanej na spostrzeżenia wynosi średnio $r = 0,71$ i jest większy od wpływu informacji kategoryjnej (stereotypowej - np. o płci osoby spostrzeganej), który wynosi średnio zaledwie 0,25 (Kunda, Thagard, 1996).

W obliczu tego rodzaju danych, Ziva Kunda i Paul Thagard (ibidem) zaproponowali model równoległego przetwarzania danych o kategoriach, cechach i zachowaniach zakładający, że wszystkie te rodzaje informacji wpływają łącznie na spostrzeżenie, precyzując przy tym nawzajem swoje znaczenia. Jeżeli jedna osoba popycha drugą, można to interpretować albo jako jowialne poklepywanie, albo jako uderzenie, czyli akt przemocy. O interpretacji często rozstrzyga rodzaj osoby popychającej. Jeżeli jest to drobny 75-latek, stereotyp łagodnego staruszka podpowiada raczej jowialność; jeżeli jest to młodzieniec z pomarańczowym irokezem na głowie, stereotyp punka podpowiada interpretację w kategoriach agresji. Rysunek 3.5 ilustruje fragment wiedzy związanej z tym zdarzeniem i rozchodzenie się w niej procesów pobudzenia (grube linie) i hamowania (cienkie linie) wskutek zaobserwowania jakichś danych. Model zakłada, że znaczenie dowolnego pojęcia czy zdarzenia (obrazowanego prostokątem) nie jest zdefiniowane przez węzeł sieci, lecz przez jego położenie w sieci, czyli związki z innymi węzłami-pojęciami. Związki te (czyli koneksje - stąd nazwa tego rodzaju modeli: „koneksjonistyczne”) są rezultatem uczenia się i ubiegłych doświadczeń. Znaczenie pojęcia czy zdarzenia jest więc częściowo zmienne, bowiem każdorazowo definiowane jest przez aktualnie zaktywizowane pojęcia z nim związane.

Rysunek 3.5, Ilustracja koneksjonistycznego modelu Kundy i Thagarda (1996) na przykładzie wpływu stereotypu na interpretację zachowania „popycha kogoś”



Interpretacja jako „agresywny” jest silniej zaktywizowana z lewej niż z prawej strony (dzięki związkowi „punk-agresywny”). Grube linie obrazują pozytywne związki między węzłami sieci (uczynienie jednego aktywizuje drugi). Cienkie linie obrazują związki negatywne (aktywizacja jednego hamuje drugi).

Wedle tego modelu, zaobserwowanie postępującej w jakiś sposób osoby powoduje aktywizację wszystkich skojarzonych z nim węzłów (pojęć) - np. obraz irokeza na głowie aktywizuje stereotyp punka. Te z kolei aktywizują związane z nimi węzły - np. aktywizacja stereotypu punka wywołuje aktywizację cechy „agresywny”, a hamuje cechę „jowialność” (nieprzedstawioną na rysunku). Procesy rozchodzącej się aktywizacji i hamowania powtarzają się tak długo, aż sieć nie osiągnie równowagi (żadne kolejne węzły nie są aktywizowane ani hamowane) - czyli dopóki zaobserwowany akt zachowania nie zostanie zinterpretowany. Model koneksjonistyczny dobrze radzi sobie z wyjaśnieniem wielu klasycznych prawidłowości rządzących spostrzeganiem osób, a w szczególności integracją danych stereotypowych oraz danych o cechach i zachowaniach spostrzeganej osoby. Przyjrzyjmy się najważniejszym z tych prawidłowości.

Prawidłowość 1: stereotypy wpływają na interpretację znaczenia zaobserwowanych zachowań. Jak wiemy, zachowania ludzkie są z reguły wieloznaczne, a przynależność wykonawcy zachowania do jakiejś kategorii osób pomaga tę wieloznaczność rozwikłać. Model wskazuje dwa możliwe mechanizmy, na mocy których dochodzi to do skutku: stereotyp aktywizuje określone cechy, które służą do interpretacji zachowań (droga pośrednia, droga wpływu stereotypu na interpretację zachowań), bądź też stereotyp aktywizuje związane z nim interpretacje zachowań (droga bezpośrednia). Tę pośrednią drogę ilustruje rysunek 3.5, przedstawiający rozstrzyganie, czy popchnięcie kogoś jest rubasznym poklepywaniem, czy raczej agresywnym uderzeniem.

Prawidłowość 2: stereotypy wpływają na interpretację znaczenia cech. Np. prawnicy i robotnicy budowlani są uważani za mniej więcej jednakowo agresywnych. Jednak cecha ta co innego znaczy u przedstawicieli każdego z tych zawodów - skłonność do fizycznej przemocy u robotnika budowlanego, a pyskatość w kontekście schematu „prawnik” (Kunda, Sinclair, Griffin, 1997). Tak więc, jeżeli ludziom identyfikowanym przez pryzmat różnych schematów przypisywane są nawet te same cechy, wcale nie oznacza to jeszcze identyczności wniosków i przewidywań na ich temat.

Prawidłowość 3: zindywidualizowana informacja o osobie spostrzeganej wpływa na rodzaj podschematu używanego w trakcie spostrzegania. Wiele stereotypów ma różne „wersje równoległe”, czyli podstereotypy. Np. Noseworthy i Lott (1984) stwierdzili, że studenci mają cztery wersje stereotypu kobiety: obiekt pożądania (piękna, modna, uwodzicielska), profesjonalistka (ambitna, inteligentna, wyzwolona), mamuśka (schludna, opiekuńcza, łagodna) i sportsmenka (wysportowana, energiczna, zdrowa). Oczywiście z zastosowania każdego z tych podstereotypów płyną zupełnie odmienne wnioski, a zindywidualizowana informacja o osobie spostrzeganej decyduje o tym, która z tych struktur wiedzy zostanie wykorzystana.

Prawidłowość 4: stereotypy wpływają na spostrzeżenia konkretnych osób pod nieobecność informacji zindywidualizowanej, zaś słabo lub wcale nie wpływają na spostrzeżenia w obecności takich jednoznacznych informacji. Jeżeli nie wiemy o jakichś dwóch osobach nic, poza tym, że jedna jest kobietą (Maria), a druga mężczyzną (Mariusz), będziemy uważać Mariusza za bardziej asertywnego i agresywnego niż Marię, ponieważ te cechy są związane ze stereotypem męskości. Jeżeli natomiast znamy także konkretne informacje o zachowaniu Marii i Mariusza, to nasze spostrzeżenia są o wiele silniej uwarunkowane informacją o zachowaniu, niż o kategorialnej przynależności owych osób (tj. o płci). Jeżeli wiemy, że Maria pod koniec wykładu publicznie wyraziła opinię sprzeczną z tezami wykładowcy, a Mariusz bez słowa pozwolił wepchnąć się nieznajomemu do kolejki po bilet kolejowy, to Maria będzie uważana za nieporównanie bardziej asertywną od Mariusza. Omawiany model wyjaśnia to za pomocą tezy, iż związki skojarzeniowe zachowań z cechami są silniejsze od związków stereotypów z cechami, na co zresztą wskazują liczne badania. O ile spostrzeżenie jest formułowane w kategoriach cech spostrzeganej osoby (a tak często się dzieje), pozostaje ono pod silniejszym wpływem informacji o zachowaniach danej osoby, niż informacji zawartych w stereotypach, pod które osoba ta „podpada”. Dowodzi tego m.in. przytaczana na wstępie metaanaliza danych.

Prawidłowość 5: stereotypy wpływają na spostrzeżenia konkretnych osób, jeżeli zindywidualizowana informacja na ich temat jest wieloznaczna. Dzieje się tak dlatego, że stereotypy wpływają na interpretację znaczenia zaobserwowanych zachowań. Jeżeli badani dowiadują się, że jakiś robotnik budowlany kogoś uderzył, to dopowiadają sobie, że idzie tu o wymierzony w kogoś cios. Jeżeli dowiadują się, że uderzyła niepracująca zawodowo matka, to dopowiadają sobie, że chodziło tu o danie klapsa dziecku. W konsekwencji, choć wyjściowa informacja była identyczna, robotnik będzie uważany za bardziej agresywnego od matki (Kunda, Sherman-Williams, 1993).

Rozważania nad koneksjonistycznym modelem Kundy i Thagarda warto zakończyć uwagą, że jest on bardzo ogólny - opisuje i wyjaśnia wpływ wywierany na spostrzeganie osób nie tylko przez stereotypy, cechy i zachowania, ale w ogóle wszelkiego rodzaju informacje o osobie spostrzeganej. Różne rodzaje informacji przetwarzane są równolegle, precyzują nawzajem swoje znaczenia i łącznie wpływają na treść ostatecznego spostrzeżenia. Żaden z rodzajów informacji (np. stereotypy) nie jest „z natury” uprzywilejowany, choć w pewnych warunkach pewne rodzaje informacji mogą być ważniejsze od innych, ponieważ budzą więcej skojarzeń i pozwalają wyciągać liczniejsze wnioski bardziej pewne.

3.3. OCENIANIE OSÓB

Dotychczasowe rozważania dotyczyły przetwarzania deskryptywnego znaczenia informacji społecznej, a więc orientacji człowieka w obiektywnych właściwościach ludzi, przedmiotów i zdarzeń. Jednak niemalże każda informacja o otoczeniu społecznym ma ponadto jakieś znaczenie ewaluatywne, czyli pozwala także zorientować się w pozytywnej lub negatywnej wartości napotykanym ludzi i zdarzeń z punktu widzenia spostrzegającego je człowieka. Otrzymując informację, że jakaś osoba jest „inteligentna” dowiadujemy się, że cechuje ją wysoka sprawność procesów intelektualnych, ale także tego, że jest ona pod pewnym względem wartościowa, że zasługuje na pozytywną ocenę. Języki naturalne zawierają setki określeń człowieka, przede wszystkim przymiotnikowe nazwy cech (inteligentny, towarzyski, uczciwy itd.) i prawie wszystkie te określenia implikują pozytywną lub negatywną ocenę człowieka, do którego są odnoszone. Jeżeli przedstawić liczebność określeń człowieka jako funkcję ich wartościowości, to rozkład okazuje się dwumodalny: istnieje wiele określeń negatywnych, bardzo niewiele neutralnych i wiele pozytywnych. Zależność taką wykazano np. dla języka polskiego (Lewicka, 1983), angielskiego (Anderson, 1981), niemieckiego (Ostendorf, 1994) i świadczy o tym, że w języku naturalnym nie sposób powiedzieć czegokolwiek o innym człowieku, nie oceniając go przy tym w jakiś sposób. Jest to jeden z licznych dowodów na wszechobecność wartościowania w spostrzeganiu świata społecznego, która ma swoje źródło w tym, że pierwotną funkcją spostrzegania społecznego było zapewne odróżnianie sytuacji zagrożających od bezpiecznych, a więc podejmowanie decyzji o tym, do kogo zbliżyć się, a kogo unikać. Ocenianie ludzi jest więc nieodłączne od ich spostrzegania i nic dziwnego, że liczne teorie psychologii społecznej próbują opisać i wyjaśnić proces formułowania ocen. Omówimy tu trzy najważniejsze sposoby ujmowania tego procesu: jako oddolnej integracji danych, jako odgórnego wykorzystania schematu i jako procesu tendencyjnego sprawdzania hipotez.

3.3.1. Oddolna integracja danych

Oceny, jakie inni formułują o nas wywierają nierzadko decydujący wpływ na nasze losy (by wspomnieć choćby egzamin czekający część Czytelników po przeczytaniu tego tekstu). Chcielibyśmy więc być oceniani tak, jak na to zasługujemy - na podstawie bezstronnie zebranych i zanalizowanych faktów. Rozważania nad ocenianiem rozpoczniemy od prezentacji modeli przyjmujących taką właśnie wizję procesu formułowania ocen.

Ilościowe modele integracji danych

Ponieważ praktycznie każda informacja o innym człowieku zawiera taką czy inną ocenę, nasuwa się wniosek, że nasz ogólny stosunek do człowieka jest rezultatem jakiegoś procesu integracji (scalania) tych częściowych ocen.

Najprostsza możliwa zasada integrowania ocen częściowych w ocenę globalną to ich sumowanie. Jeżeli Adamowi przysługują takie cechy, jak wesoły (+2), inteligentny (+3) i życzliwy (+3), a ich oceny częściowe (powiedzmy, na skali od -3 do +3) przedstawiają się tak jak w nawiasach, to nasza ocena globalna Adama wyniesie +8. Inna zasada integrowania danych to uśrednianie, oparta na założeniu, że ocena globalna jest wynikiem uśrednienia ocen częściowych. Nasz przykładowy Adam zasługiwałby zatem na ocenę 2,67. W niektórych warunkach przewidywania oba modele się różnią. Tak dzieje się np. wtedy, gdy do zestawu informacji dodamy jeszcze jedną, mniej krańcową od dotychczasowych. Model sumowania zakłada, że rezultatem dodania takiej (i zresztą każdej pozytywnej) informacji będzie wzrost oceny globalnej, model uśredniania zakłada natomiast jej spadek. W naszym przykładzie z Adamem, dodatkowa informacja, że jest on zwinny (+1) spowodowałaby wzrost oceny (z +8 na +9) w myśl modelu sumowania, a spadek (z 2,67 do 2,25) w myśl modelu uśredniania. Liczne badania Normana Andersona (1981) i współpracowników przekonują, że w takiej sytuacji trafniejsze są przewidywania modelu uśredniania: ocena globalna rośnie wskutek dodania nie każdej informacji pozytywnej, lecz jedynie informacji pozytywniejszej od już posiadanych. To samo stosuje się do spadku oceny w wyniku otrzymywania dalszych danych negatywnych.

Trzeci model zaproponowany przez Andersona, to ważne uśrednianie, oparte na założeniu, że ocena globalna jest wynikiem uśrednienia ocen częściowych pomnożonych przez ich wagę. Waga oceny częściowej wyraża jej ważność, czyli wielkość wpływu na ocenę globalną w porównaniu z innymi, współwystępującymi informacjami. Najważniejszym wyznacznikiem wagi informacji jest treść celu, z uwagi na który formułujemy ocenę innego człowieka. Jeżeli oceniamy Adama jako kandydata do wspólnego spędzenia wakacji, to życzliwość będzie odgrywała większą rolę w naszej ocenie niż inteligencja, choć cechy te są jednakowo pozytywne. Jeżeli oceniamy go jako ewentualnego partnera do tenisa, to najważniejsza może okazać się zwinność, choć jest to cecha ogólnie mniej pozytywna od pozostałych.

Ważne uśrednianie pozwala także uwzględnić efekty kolejności otrzymywanych informacji przez przypisanie stosunkowo większej wagi informacjom początkowym. Liczne badania dowodzą, że informacje uzyskane jako pierwsze z kolei wywierają silniejszy wpływ na ocenę globalną niż informacje uzyskane w dalszej kolejności. Ten efekt pierwszeństwa sprawia,

że osoba opisana jako inteligentna - przedsiębiorcza - impulsywna - krytyczna - uparta - zazdrosna wyżej jest ceniona niż osoba opisana w odwrotnej kolejności (Asch, 1946). Efekt pierwszeństwa można wyjaśniać na trzy sposoby (Wojciszke, 1991).

Wyjaśnienie pierwsze, to hipoteza spadku uwagi: w miarę otrzymywania informacji o tym samym człowieku nasza uwaga słabnie, w związku z czym kolejne dane wywierają coraz słabszy wpływ na ocenę. Przeciwno tej hipotezie przemawia wielokrotnie stwierdzany fakt, że choć największy wpływ na ocenę wywierają informacje pierwsze z kolei, najlepiej zapamiętywane są z reguły informacje uzyskane jako ostatnie z kolei (a dobre ich zapamiętywanie świadczy, że były obdarzane uwagą).

Wyjaśnienie drugie, to hipoteza dyskredytowania informacji sprzecznych z już posiadaną, która odwołuje się do teorii dysonansu poznawczego (por. *KONCEPCJA 1*) zakładającej, że ludzie aktywnie unikają sprzeczności w obrębie wyznawanych przekonań na temat tego samego obiektu i odrzucają nowe informacje sprzeczne z tymi, w które już uwierzyli. Ten mechanizm efektu pierwszeństwa występuje wtedy, gdy informacje początkowe oddziela od następnych duży odstęp czasowy, a przedmiot ocen jest dla nas w jakiś sposób ważny, bowiem nieważne sprzeczności nie wywołują dysonansu.

Wyjaśnienie trzecie, to hipoteza ukierunkowanego rozwijania naszego sądu o innym człowieku. Informacje otrzymane jako pierwsze dostarczają kontekstu interpretacyjnego dla danych uzyskanych w dalszej kolejności. Jeżeli więc dowiadujemy się o, powiedzmy, lojalności osoby mądrej, inaczej to zinterpretujemy niż wiadomość o lojalności głupca. W tym pierwszym wypadku lojalność znaczyć może tyle co wierność i konsekwencja; w wypadku drugim - tyle co uparta ślepotą i niezdolność do zmiany. Ponieważ prawie wszystkie dane o ocenianych osobach cechują się pewną wieloznacznością, informacje uzyskane jako pierwsze z kolei i początkowy sąd o ocenianym człowieku służą jako umysłowe narzędzie subiektywnego ujednoznaczniania danych. Hipoteza ukierunkowanego rozwijania sądu jest stosunkowo najtrafniejszym wyjaśnieniem efektu pierwszeństwa, także dlatego, że tylko na jej podstawie można przewidzieć, w jakich warunkach efekt ten zanika lub przeradza się w swoje przeciwieństwo - efekt świeżości, czyli silniejsze oddziaływanie informacji o debr any ch jako ostatnie z kolei (a więc pamięciowo najświeższych). Warunki takie, to dokonywanie ocen po każdej kolejnej porcji danych, powtarzanie danych na głos i konieczność odrębnego zapamiętania kolejnych informacji. Ich wspólnym mianownikiem jest zerwanie ciągłości procesu kształtowania oceny. Np. czynność tak z pozoru nieznaczna, jak powtarzanie na głos odbieranych informacji pochłania część aktualnie dostępnych możliwości operacyjnych umysłu, utrudniając myślenie o wzajemnych związkach między współodbieranymi danymi, a w konsekwencji zaburza ciągłość procesu ich integracji, jak to wykazał Srull (1981).

Asymetrie ewaluatywne i treść informacji

Ilościowe modele integrowania informacji w rodzaju wyżej przedstawionych (por. też model postawy doskonale racjonalnej omawiany w rozdz. 5.2.1) opierają się na założeniu o stałości ewaluatywnego znaczenia danych, że „lojalny” czy „sprawny” znaczy zawsze to samo, niezależnie od innych, współwystępujących informacji. Jednak w rzeczywistości duża liczba badań przekonuje, że ewaluatywne znaczenie wielu informacji silnie zależy od treści danych, które z nią współwystępują (Wyer, 1974). Skoro „lojalny” znaczy co innego po „głupi” niż po „mądry”, to całe przedsięwzięcie przewidywania oceny globalnej na podstawie (rzekomo) niezależnych od kontekstu ocen częściowych traci sens.

Ilościowe modele integrowania informacji słabo radzą sobie także z wyjaśnieniem innych prawidłowości rządzących formułowaniem ocen, do których należy niejednokrotnie traktowanie przez ludzi danych pozytywnych i negatywnych, co znane jest pod nazwą asymetrii pozytywno-negatywnej. Liczne dane zebrane przez Janusza Czapińskiego (1985; 1988) dowodzą, że asymetria owa rozkłada się na dwa różne efekty. Pierwszy z nich to *inklinacja pozytywna* - skłonność do formułowania raczej pozytywnych niż negatywnych ocen innych ludzi, siebie samego, obiektów społecznych i świata w ogólności (czyli optymizm). Ludzie także z reguły przeceniają stopień osobistej kontroli nad biegiem wydarzeń i pozostają raczej w pozytywnym niż negatywnym nastroju. Rosnąca liczba danych przekonuje jednak, że inklinacja pozytywna jest zjawiskiem ograniczonym do niektórych tylko kultur - w Polsce w odniesieniu do wielu obiektów zdaje się obowiązywać raczej swoista norma ocen negatywnych, jak przekonuje ramka Z *ŻYCIA* 3.b.

Drugi składnik asymetrii, to efekt negatywności polegający na silniejszym uzależnieniu ocen globalnych od negatywnej niż pozytywnej informacji, na podstawie których jest ona formułowana. Negatywne zdarzenia i komunikaty niosą więcej informacji i są lepiej przez ludzi różnicowane - np. w językach naturalnych jest z reguły więcej negatywnych niż pozytywnych określeń człowieka. Informacje negatywne prowadzą do subiektywnie pewniejszych wniosków, gdy pochodzą z wiarygodnego źródła. Ludzie wymagają też lepszego uzasadnienia sądów negatywnych niż pozytywnych i precyzyjniej uzasadniają własne oceny negatywne.

Występowanie efektu negatywności jest uzależnione od deskryptywnej (opisowej) treści informacji stanowiącej podstawy ocen. W szczególności, różnica dotyczy dwóch dziedzin treści: informacji o moralności i o sprawności innego człowieka. W dziedzinie moralności informacje o zachowaniach pozytywnych są mniej diagnostyczne dla odpowiadających im cech osobowości niż zachowania

wania negatywne. Większość ludzi zachowuje się przeważnie uczciwie, życzliwie i przyzwoicie - taki jest nakaz społeczny i spotyka się to z aprobatą otoczenia, w związku z czym nie wiadomo, czy to zachowanie jest wynikiem szczególnych cech osobowości, czy też wymogów społecznych. Odwrotnie z zachowaniami nieuczciwymi - jeżeli ktoś kradnie, wskazuje na pewno na jego nieuczciwość, a nie uleganie naciskom. Odwrotnie sprawy się mają w dziedzinie sprawności, gdzie zachowania negatywne są mało diagnostyczne dla cech. Na egzaminie można słabo wypaść nie z powodu braku zdolności, lecz z powodu braku motywacji, słabego przygotowania lub niechęci egzaminatora. Silnie diagnostyczne są natomiast zachowania pozytywne - jeżeli ktoś rozwiąże zadanie, z którym inni nie dają sobie rady, świadczy to na pewno o wysokim poziomie zdolności (przy niskim ich poziomie zadanie po prostu nie zostałoby rozwiązane). Omówione zróżnicowanie diagnostyczności pozytywów i negatywów w tych dwóch dziedzinach decyduje o tym, że silny efekt negatywności stwierdza się jedynie w sferze moralności, natomiast w dziedzinie sprawności ulega on zanikowi, a nawet odwróceniu do efektu pozytywności (Reeder, 1985; Skowronski, Carlston, 1987). Tak więc, jeżeli dowiadujemy się, że ktoś ukradł 1000 zł i że ofiarował taką samą sumę na sierociniec pozostajemy przy negatywnej opinii o jego moralności. Natomiast jeżeli dowiadujemy się, że ktoś raz ukończył bieg jako pierwszy, a raz jako ostatni w dobrej stawce zawodników, jesteśmy raczej wysokiego zdania o poziomie jego talentu.

Ujemna ocena osoby cechującej się tak zaletami, jak i wadami (efekt negatywności) jest przejawem strategii unikania ryzyka w kontaktach interpersonalnych. Ogólnie negatywna ocena takiej osoby prowadzi do wycofania się z wszelkich z nią kontaktów, co wyklucza ewentualne szkody. Jednak strategia taka jest adaptacyjna tylko na krótką metę - w dłuższym czasie prowadzi do zaniku kontaktów społecznych jednostki, jako że większość naszych bliznich ma nie tylko zalety. Aby utrzymać i rozwijać kontakty społeczne, jednostka musi więc przynajmniej czasami ujawniać efekt pozytywności, a więc decydować, że „dwuznaczna” osoba zasługuje na dodatnią ocenę. Z funkcjonalnego punktu widzenia decyzja taka wydaje się najrozsądniejsza, gdy jej możliwe konsekwencje są raczej niewielkie. Rozumowanie to prowadzi do przewidywania, że efekt pozytywności pojawi się wówczas, gdy integrujemy sprzeczne (pozytywne i negatywne) informacje o niewielkiej intensywności, natomiast efekt negatywności - podczas integrowania sprzecznych danych o wartościowości silnej (kiedy koszty cudzych wad mogą być wielkie). Przewidywanie to potwierdził empirycznie Czapiński (1982).

Efekty pozytywności i negatywności w procesie integrowania sprzecznych danych są więc funkcją zarówno treści informacji, jak i natężenia jej wartościowości. Oba te czynniki mogą działać niezależnie, a w konsekwencji

warunki najbardziej sprzyjające efektowi pozytywności to integrowanie sprzecznych informacji dotyczących sprawności i słabo nasyconych wartościowaniem, natomiast efektowi negatywności sprzyja przetwarzanie informacji dotyczących moralności i silnie nasyconych wartościowaniem (co wykazali Wojciszke, Brycz, Borkenau, 1993).

ZZYCIA3.h Polska norma negatywnej oceny świata społecznego

Choć pokaźna liczba danych, głównie amerykańskich, przekonuje o inklinacji pozytywnej, liczne dane dotyczące polskiego społeczeństwa w latach 90. każą sądzić, że w naszym kraju obowiązuje raczej norma negatywnej oceny świata społecznego. Niemal połowa Polaków uważa, że ludzie, z którymi stykają się na co dzień, stają coraz bardziej nerwowi, nieufni, egoistyczni, bezczelni, złośliwi, a coraz mniej uczciwi, życzliwi i uczynni. Jak wskazuje tabela 3.2, tego rodzaju przekonania są nasilane własnym poczuciem krzywdy, które w roku 1994 deklarowało aż 42% próby ogólnopolskiej. Negatywizm dotyczy nie tylko oceny zmian, ale także diagnozy obecnego stanu bliznich. Większość tej próby ogólnopolskiej uważała ponadto, że „ludzie w Polsce na ogół” nie przestrzegają prawa, nie płacą uczciwie podatków, nie pracują solidnie, nie szanują własności publicznej i nie odnoszą się z szacunkiem do innych. Nawet zapytani o samopoczucie w dniu badania, Polacy najczęściej odpowiadają co prawda, że czują się tak jak zwykle (54%), jednak odsetek tych, którzy czują się gorzej niż zwykle (30%) prawie dwukrotnie przekracza odsetek tych, którzy czują się lepiej niż zwykle (16%) (Wojciszke, Baryła, 2001 a).

To bezprzykładne czarnowidztwo nie dotyczy jednak (na szczęście!) wszystkich dziedzin życia. Systematyczny monitoring jakości życia prowadzony na licznych próbach ogólnopolskich przez Janusza Czapińskiego (1998) pokazuje, że z pewnych dziedzin życia Polacy pozostawali nieodmiennie zadowoleni przez całe lata 90. Były

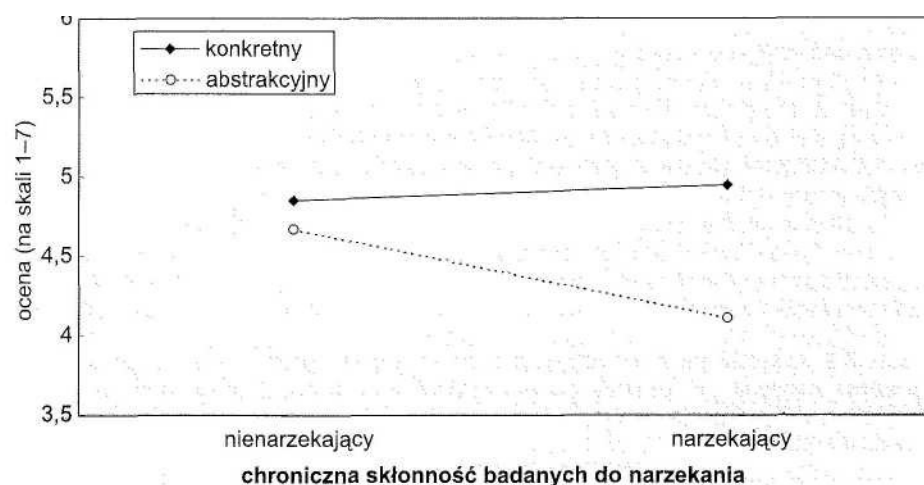
Tabela 3.2. Odsetki osób uważających, że ludzie w Polsce stają się coraz mniej lub coraz bardziej „x” (nazwa cechy) oddzielnie dla osób, które uważają się za skrzywdzone lub nie (N = 1600)

	Osoby skrzywdzone		Osoby nieskrzywdzone	
	coraz bardziej	coraz mniej	coraz bardziej	coraz mniej
nerwowi	88	3	83	3
egoistyczni	74	5	69	7
nieufni	68	7	60	8
bezczelni	55	6	44	8
złośliwi	53	8	45	9
leniwi	31	19	25	21
energiczni	39	21	35	18
punktualni	17	29	17	23
trzymają się razem	15	56	15	49
uczynni	13	49	15	40
życzliwi	10	58	12	52
uczciwi	6	57	6	47

Źródło: Wojciszke, Grzelak (1995, s. 45).

to sfery prywatne, takie jak małżeństwo, dzieci czy życie seksualne. Z innych dziedzin Polacy byli nieodmiennie niezadowoleni i były to dziedziny raczej publiczne, takie jak stan kraju, stan przestrzegania norm moralnych czy perspektywy na przyszłość. Negatywizm ocen dotyczy spraw raczej ogólnych i abstrakcyjnych, co wykazano w badaniach, gdzie studentów proszono o ocenę przeciętnego nauczyciela ze szkoły średniej. Przy tym część z nich oceniała konkretnego nauczyciela, którego sobie mieli przypomnieć i wypisać jego inicjały, inna część oceniała nauczyciela abstrakcyjnego (jaki w ogóle jest przeciętny nauczyciel). Jak pokazuje rysunek 3.6, oceny nauczyciela „w ogóle” (abstrakcyjnego) okazały się istotnie niższe od ocen nauczyciela konkretnego, choć obaj mieli być przeciętni. Ponadto oceny abstrakcyjne były istotnie niższe u osób o silnej nawykowej skłonności do narzekania, mierzonej za pomocą specjalnego kwestionariusza. Skłonność do narzekania, jakże powszechna w naszym kraju, sprzyja więc bardziej negatywnym ocenom świata społecznego, ale raczej świata „w ogóle” niż konkretnych osób z własnego otoczenia.

Rysunek 3.6. Oceny konkretnego i abstrakcyjnego nauczyciela przez byłych uczniów w zależności od ich chronicznej skłonności do narzekania



Źródło: Wojciszke, Baryła (2001 a, s. 48).

3.3.2. Odgórne wykorzystywanie schematów

Dotąd przedstawione modele oceniania zakładają, że ocena powstaje wskutek bezstronnego zbierania danych i jest ciągiem licznych operacji umysłowych (ustalenie cech człowieka, ustalenie ich wartościowości częściowych, scalenie ocen częściowych w globalną). Wynikałoby z tego, że proces oceniania jest dość czasochłonny, i że każdego człowieka uczymy się niejako „od nowa” - oceniamy go tak, jakbyśmy nie wiedzieli niczego o różnych rodzajach osób. Jednak w rzeczywistości oceny są często formułowane niemalże natychmiastowo, co jest możliwe dzięki wykorzystaniu już posiadanych struktur wiedzy.

Omawiane w poprzednim rozdziale schematy zawierają nie tylko informacje deskryptywne (o typowych własnościach egzemplarza schematu), ale również typowe reakcje afektywne (uczucia czy oceny) na egzemplarz schematu czy przedstawiciela jakiejś kategorii osób. Np. stereotyp policjanta zawiera nie tylko wiedzę o typowych cechach policjanta (umundurowany, wysoki, zasadniczy, niezbyt rozgarnięty - co oczywiście nie musi być prawdą, ale wiele osób taki właśnie ma stereotyp policjanta - Wojciszke, 1991), ale także typowe oceny i reakcje emocjonalne (strach, niechęć, ocena negatywna). Zidentyfikowanie spostrzeganego człowieka jako uosobienia jakiejś kategorii czy schematu prowadzi nie tylko do aktywizacji prototypu (informacji opisujących typowy egzemplarz schematu), lecz także typowej reakcji afektywnej na egzemplarz danego schematu. W konsekwencji reakcja afektywna na spostrzeganą osobę może być skutkiem przeniesienia oceny lub emocji z odpowiedniego prototypu na tę osobę, dokładnie na takiej samej zasadzie, jak działa uprzednio omówione „wzbogacanie” pamięci o informacje wygenerowane z prototypu.

Ocena globalna napotkanego człowieka może zatem wynikać z jego początkowego (często nieświadomego) sklasyfikowania, a nie z roztrząsania szczegółowych jego własności. Ponieważ proces ten jest automatyczny i prosty, może przebiegać bardzo szybko, co dobrze przystaje do obserwacji, że nasze reakcje afektywne na innych ludzi bywają natychmiastowe i nie-rzadko występują jeszcze przed odebraniem czy zanalizowaniem szczegółowych danych na temat ocenianego człowieka (Zajonc, 1985).

Występowania tego rodzaju zjawisk dowodzą badania Susan Fiske (1982) i jej współpracowników nad wpływem wywieranym przez schematy zarówno zindywidualizowane („mój narzeczone”), jak i szeroko podzielane („polityk”) na spostrzeganie osób rzeczywistych i fikcyjnych. Badania te wykazały, że identyczne cechy osoby spostrzeganej - same w sobie neutralne czy nawet dodatnie - prowadziły do oceny silnie negatywnej, jeżeli ich nosiciel był spostrzegany jako uosobienie negatywnego schematu polityka; bądź też do oceny względnie neutralnej, jeżeli taka identyfikacja nie miała miejsca. Jednak zjawisko to występowało jedynie u tych badanych, którzy mieli dobrze wykształcony stosowny schemat (w tym przypadku mieli dobrze rozbudowaną wiedzę o politykach).

Fiske sformułowała także bardzo przejrzysty i potwierdzony licznymi badaniami model teoretyczny precyzujący, w jakich warunkach oceny mają charakter schematopochodny, a w jakich ich formułowanie przyjmuje postać oddolnej integracji danych (Fiske, Pavelchak, 1993). Model ten zakłada, że oceny schematopochodne pojawiają się w dwóch wypadkach. Po pierwsze, gdy wśród danych o ocenianym człowieku znajduje się identyfikator kategorii (np. informacja, że jest on policjantem, albo widok jego munduru), a dane o jego szczegółowych cechach albo nie dotyczą zawartości kategorii (np.

„chadza na ryby", co ma się nijak do zawartości schematu „policjant"), albo są z tą kategorią zgodne (np. „wysoki"). Po drugie, wówczas gdy identyfikator nie jest dany, ale konfiguracja cech jest tak charakterystyczna dla kategorii, że automatycznie wywołuje ją z pamięci (np. jeżeli napotkana osoba jest i wysoka, i zasadnicza, i niezbyt rozzagarnięta równocześnie). W obu tych przypadkach przestajemy interesować się dalszymi cechami specyficznymi dla ocenianej osoby i formułowanie oceny odbywa się na zasadzie przeniesienia reakcji afektywnej typowej dla danej kategorii osób na tę konkretną osobę. Jeżeli jednak specyficzne cechy człowieka okazują się sprzeczne z kategorią, bądź nie wywołują z naszej pamięci żadnego schematu, wówczas żadnej gotowej oceny nie można wykorzystać i musi ona zostać sformułowana od podstaw, a więc na mocy oddolnej integracji danych.

Fiske i współpracownicy udowodnili także, że rola schematów w ocenianiu (i spostrzeganiu człowieka w ogóle) rośnie wtedy, gdy:

- 1) dany schemat był niedawno używany do formułowania ocen (dzięki czemu cechuje go wysoka dostępność pamięciowa i duże prawdopodobieństwo ponownego użycia);
- 2) schemat jest mało skomplikowany wewnętrznie (dzięki czemu zawarte w nim treści są jednoznacznie pozytywne lub negatywne, a prototypowa reakcja afektywna jest silna);
- 3) sąd wydawany jest w pośpiechu (ocenianie schematopochodne pochłania mniej czasu);
- 4) losy człowieka oceniającego nie zależą od człowieka ocenianego (ten pierwszy może więc sobie pozwolić na pomyłki w ocenie i jest słabo motywowany do dokładności).

W warunkach przeciwnych rośnie oczywiście szansa, że ocenianie przebiegać będzie na zasadzie oddolnego integrowania danych.

3.3.3. Tendencyjne sprawdzanie hipotez

Jeżeli ocenę kształtuje się w wyniku integrowania danych, proces ten często nie ma „bezzstronnego" charakteru, lecz sterowany jest jakąś hipotezą na temat wartości ocenianego człowieka. Jeżeli ocena jest schematopochodna z natury, schematy z reguły dostarczają nie tyle gotowych ocen, ile pewnych hipotez co do tego, jaki okaże się oceniany człowiek. Oba te fakty uwzględnia trzecie podejście do procesu formułowania oceny, traktujące go jako proces tendencyjnego sprawdzania hipotez (Wojciszke, 1991).

W myśl tego podejścia punktem wyjścia procesu oceniania jest zwykle jakaś mniej lub bardziej nieświadoma hipoteza co do tego, jaka okaże się formułowana ocena. Źródłem takich hipotez mogą być nasze motywacje (np. do oceny kochanego człowieka przystępujemy z nastawieniem, że okaże się ona raz jeszcze pozytywna), dotychczasowa wiedza ogólna (np. o policjantach), czy początkowa wiedza o danej osobie (egzaminator przekonany

o nieuctwie jakiegoś studenta traktuje egzamin jako okazję do sprawdzenia tej opinii), a nawet nasze własne stany emocjonalne (w dobrym humorze formułujemy więcej ocen pozytywnych niż w złym). Niezależnie od swego *źródła*, hipotezy takie w dość podobny sposób zniekształcają proces formułowania oceny, ponieważ wpływają na przebieg różnych operacji umysłowych składających się na proces oceny. W szczególności, hipotezy:

- 1) organizują proces poszukiwania danych w otoczeniu bądź we własnej pamięci (m.in. nastawiają na poszukiwanie danych istotnych dla rozstrzygnięcia o prawdziwości hipotezy, pozwalają skrócić poszukiwanie danych, gdy okazują się one zgodne z oczekiwaniem, a wydłużyć je w przypadku sprzeczności);
- 2) decydują o interpretacji znaczenia danych i o sposobie ich ujednoznaczniania w wypadku wieloznaczności (zwykle niejasne dane są asymilowane, „podciągane” do hipotezy);
- 3) decydują o wiarygodności danych (akceptacja danych prawdopodobnych, podważanie wiarygodności danych nieprawdopodobnych);
- 4) zmieniają zachowanie autora hipotez w taki sposób, że osoby stanowiące obiekt hipotez mogą je potwierdzać własnym postępowaniem (samospełniające się przepowiednie).

Nastawienie na poszukiwanie danych istotnych dla rozstrzygnięcia o prawdziwości hipotezy pozwala szukać tego, co ważne, a ignorować to, co nieważne. Sprawdzanie czyjeś inteligencji nastawia więc oczywiście na informacje o jego sprawności i szybkości uczenia się, ale nie - powiedzmy - o jego poglądach politycznych czy zdolnościach muzycznych. Taka reguła poszukiwania informacji nazywa się *strategią diagnostyczną* i ma charakter w pełni racjonalny. Jednak nakaz poszukiwania danych diagnostycznych dla hipotezy przekształca się często w poszukiwanie głównie danych prawdopodobnych przy założeniu słuszności hipotezy, przy jednoczesnym ignorowaniu danych z nią sprzecznych; np. sprawdzając hipotezę o czymś braku inteligencji, o wiele bardziej interesujemy się przejawami głupoty niż mądrości tej osoby. Taka reguła zbierania danych nazywa się *strategią konfirmacji* i prowadzi zwykle do częstszego potwierdzania (konfirmacji) hipotezy, niż wynikałoby to z obiektywnych danych.

Ilustracją działania obu tych strategii zbierania danych jest badanie, w którym studenci dostawali zdjęcie pewnej licealistki by odgadnąć, czy jest ona lubiana, czy nie lubiana przez rówieśników z klasy (Wojciszke, 1994b). Badani mogli zadać pytanie o 16 wypisanych na liście cech dziewczyny - sprawdzając, jaki odsetek klasy przypisuje jej każdą z cech. Połowa cech była pozytywna, połowa negatywna, a niezależnie od tego połowa z nich była silnie wartościująca (np. inteligentna, kłótniwa), zaś połowa - słabo wartościująca (jak przezorna, niecierpliwa). Zadanie badanych polegało na odgadnięciu stosunku do dziewczyny po możliwie najmniejszej liczbie za

danych pytań (co miało być wskaźnikiem inteligencji społecznej), dzięki

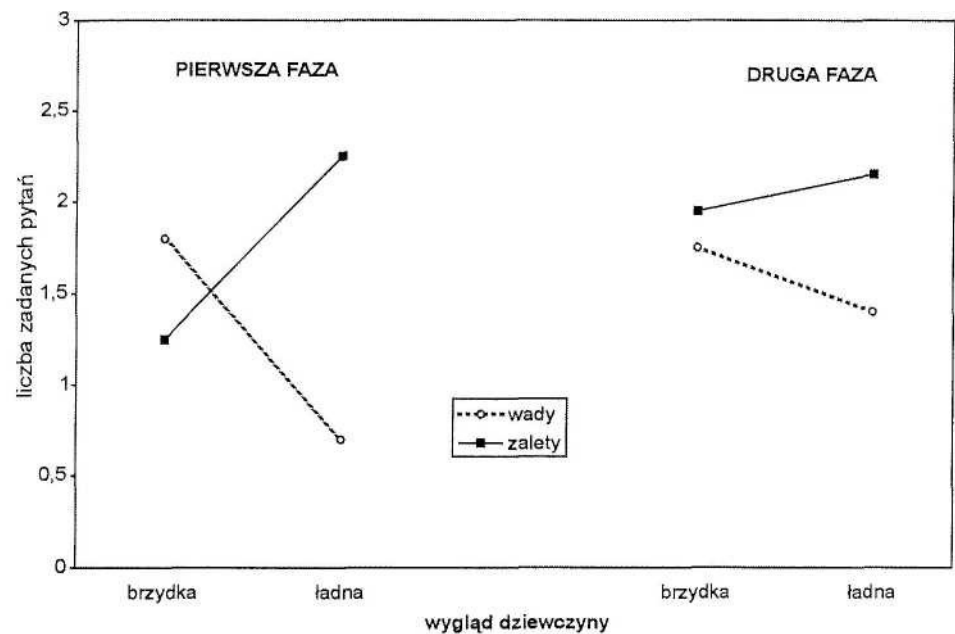
czemu można było sprawdzić, jakie rodzaje informacji badani uważają za najważniejsze. Po pierwsze okazało się, że badani znacznie częściej pytali o cechy silnie niż słabo wartościujące, co było przejawem strategii diagnostyczności, bowiem łatwiej zdiagnozować stosunek do dziewczyny na podstawie przypisywanych jej cech silnie wartościujących, a więc w dużym stopniu decydujących o stosunku do niej. Po drugie, badani stosowali też strategię konfirmacji. Jak ilustruje lewa część rysunku 3.7.a, kiedy dziewczyna ze zdjęcia była ładna, badani częściej pytali o cechy pozytywne niż negatywne, zaś kiedy dziewczyna była brzydka - odwrotnie. Wygląd dziewczyny podsuwał więc badanym pozytywną bądź negatywną hipotezę, którą następnie sprawdzali w tendencyjny sposób - pytając o cechy wysoce prawdopodobne z punktu widzenia sformułowanej przez siebie hipotezy.

Cały ten wzorzec obowiązywał tylko w początkowej fazie poszukiwania danych. W fazie końcowej zaczął odgrywać rolę dodatkowy czynnik w postaci sprzężenia zwrotnego na temat opinii klasy o dziewczynie, co ilustruje rysunek 3.1.b. Mianowicie badani otrzymywali albo niepochlebną informację zwrotną (gdy pytali o cechę negatywną, dowiadywali się, że większość klasy uważa, że dziewczyna ma tę cechę, gdy o cechę pozytywną - że dziewczyna nie ma tej cechy), albo informację pochlebną (odwrotnie), albo informację dwuznaczną (przy cechach zarówno pozytywnych, jak i negatywnych dowiadywali się, że mniej więcej połowa klasy przypisuje je dziewczynie). Jak ilustruje prawa część tego rysunku, im bardziej pochlebna była informacja zwrotna, tym częściej badani pytali o cechy pozytywne, a tym rzadziej o cechy negatywne. Choć więc w drugiej fazie poszukiwania danych badani porzucili już hipotezę wywiedzioną z wyglądu dziewczyny, proces poszukiwania danych nie stał się chaotyczny, lecz został podporządkowany kolejnej hipotezie - tym razem wywiedzionej z informacji zwrotnej. W tym eksperymencie badani bez trudu porzucili swoją pierwotną hipotezę (że ładna dziewczyna ma pozytywne cechy, a brzydka - negatywne), na rzecz innej hipotezy (że pochlebnie widziana dziewczyna ma pozytywne cechy itd.). Jednak w rzeczywistości ludzie do swoich hipotez często się przywiązują, szczególnie gdy stoją za nimi silne motywacje i nie porzucają ich na rzecz hipotez alternatywnych (Klayman, Ha, 1987).

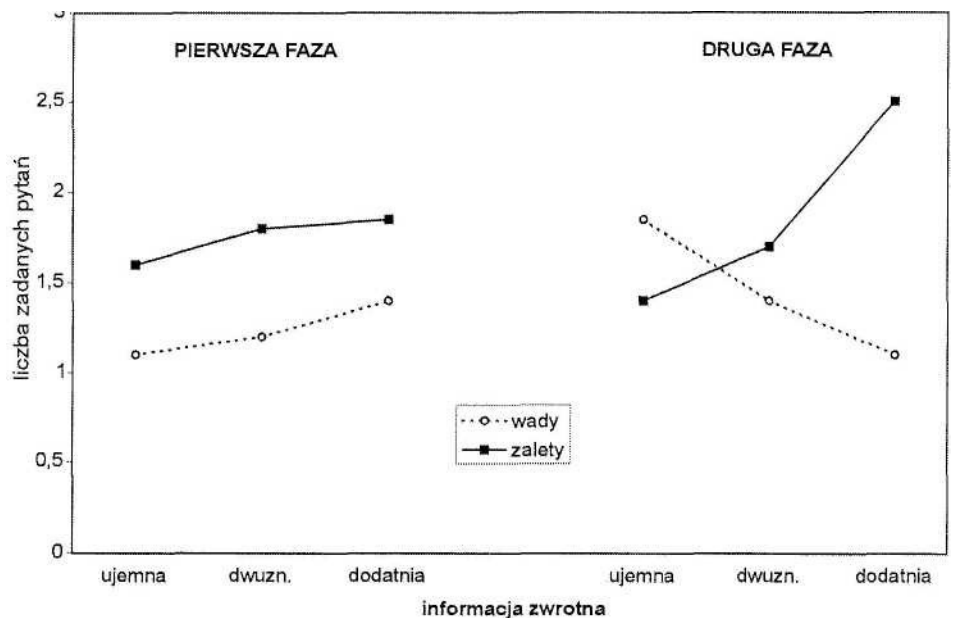
Hipotezy decydują też o tendencyjnej interpretacji danych obserwacyjnych, czego dowodzi klasyczne badanie, w którym przyszli nauczyciele (studenci) oceniali zdolności intelektualne sześciolletniej dziewczynki przedstawionej im na filmie wideo (Darley, Gross, 1983). Dziewczynka bawiła się piłką, a z tła wynikało, że pochodzi ona albo z rodziny zamożnej (tam ładny domek jednorodzinny), albo z rodziny biednej (obskurny wieżowiec). Jeżeli badani oglądali tylko ten zapis, informacja o pochodzeniu dziewczynki nie wpływała na formułowaną przez nich ocenę jej zdolności. Wpływ taki ujawniał się dopiero wtedy, gdy badani dodatkowo otrzymywali wieloznaczną informację o szkolnych osiągnięciach dziewczynki (oglądali zapis rozwiązy-

Rysunek 3.7. Liczba pytań o zalety i wady w zależności od wyglądu osoby, której dotyczy zbierane informacje (a) oraz w zależności od sprzężenia zwrotnego na temat opinii o dziewczynie (b)

(a)



(b)



Źródło: Wojciszke (1994b).

wania przez dziewczynkę testów, w których czasami wypadła dobrze, a czasami źle). Badani przekonani, że dziewczynka pochodzi z rodziny biednej interpretowali tę informację jako negatywną i niżej oceniali jej zdolności, niż badani przekonani, że pochodzi z rodziny zamożnej (którzy z kolei interpretowali tę informację *in plus*). Eksperyment ten wskazuje, że stereotyp może oddziaływać na spostrzeganie nie tyle jako źródło gotowych sądów o przedstawicielu stereotypizowanej grupy, ile jako źródło hipotez, które utendencyniają interpretację dwuznacznych danych.

Hipotezy prowadzą także do „produkowania” potwierdzających je danych, pomimo początkowej fałszywości owych hipotez. Jest to zjawisko samospełniającej się przepowiedni. Jego istota to postawienie pewnej błędnej hipotezy na temat natury jakiejś sytuacji czy człowieka („ten nowy sąsiad wygląda na agresywnego faceta, ma takie czarne zrośnięte brwi”), która to hipoteza inicjuje sekwencję zdarzeń („sprawdzę, czy rzeczywiście jest taki agresywny i rzucę w jego psa kamieniem”), doprowadzających do pojawienia się rzeczywistych dowodów jej trafności („ale krzyczy i wygraża - rzeczywiście jest agresywny, miałem rację”).

W jednym z pierwszych badań empirycznych nad tym zjawiskiem Rosenthal i Jacobson (1968) zmierzili iloraz inteligencji dzieci z pewnej szkoły podstawowej, po czym wylosowali 20% dzieci i zapowiedzieli nauczycielom, że w ciągu najbliższego roku szkolnego ujawnią one bardzo wyraźny przyrost inteligencji, która dotąd była u nich utajona (przeprowadzone badania testowe dotyczyły rzekomo wykrywania takiego właśnie utajonego potencjału intelektualnego). Kiedy w rok później autorzy powtórnie zmierzili inteligencję swoich badanych, owe 20% dzieci ujawniło rzeczywisty (obiektywnie mierzony) przyrost inteligencji. Studium to nie rozstrzygnęło o przyczynach owego wzrostu inteligencji, jednak późniejsze badania wykazały, że czynnikiem za to odpowiedzialnym było zapewne postępowanie nauczycieli, którzy dzieci te obdarzali większą uwagą i zachętą do nauki, co doprowadziło do ich rzeczywistego rozwoju intelektualnego.

Późniejsze badania dowiodły, że samospełniająca się przepowiednia jest zjawiskiem przebiegającym w trzech etapach:

- 1) obserwator formułuje jakąś błędną hipotezę na temat obserwowanej osoby,
- 2) traktuje tę osobę stosownie do swoich oczekiwań,
- 3) zaś osoba ta zaczyna reagować na to zachowaniem, które potwierdza hipotezę obserwatora.

Warunkiem pojawienia się tej sekwencji zdarzeń jest bezpośredni kontakt między obserwatorem a „obiektem” hipotezy i relatywnie większa zdolność obserwatora do narzucania własnej definicji sytuacji (Jussim, 1999). Tak więc hipotezy nauczyciela czy przełożonego mają większą szansę na samopotwierdzenie, niż hipotezy ucznia czy podwładnego.

Zjawisko samopotwierdzających się przepowiedni wzbudziło sporo kontrowersji, jako że dotyczy ono zamiany niesprawiedliwych i fałszywych

ocen w rzekomo prawdziwe oraz stanowi ważny mechanizm podtrzymywania stereotypów i uprzedzeń. Jednak dziś wiemy, że istnienie tego zjawiska nie ulega wątpliwości (wykazano je w ponad trzech setkach badań), choć jego siła jest stosunkowo niewielka i wpływ np. rzeczywistych zdolności ucznia na uzyskiwane przezeń oceny szkolne jest znacznie większy od wpływu oczekiwań jego nauczycieli lub rodziców. Co więcej, osoby obserwowane mogą zdawać sobie sprawę z negatywnych oczekiwań żywionych przez różnych obserwatorów pod swoim adresem i potrafią skutecznie przeciwdziałać tym oczekiwaniom. Jednak samospełniające się przepowiednie mogą być niebezpiecznym zniekształceniem ocen, jeżeli ich efekty kumulują się przez dłuższy okres, np. w kolejnych latach nauki szkolnej.

3.4. PODSUMOWANIE

Najważniejszym źródłem informacji o innym człowieku jest jego zachowanie. Potoczne interpretacje przyczyn zachowania opisują i wyjaśniają teorie atrybucji. Wcześniejsze teorie atrybucji opisywały pewne normatywne wzorce wyjaśniania zachowań. Należy do nich teoria wniosków korespondentnych zakładająca, iż ludzie wnioskuje o cechach leżących u podłoża zachowań na podstawie treści intencji działającego człowieka (wykrywanej na drodze analizy nietożsamyh efektów działania wybranego i działań odrzuconych) oraz model współzmienności, przyjmujący, iż ludzie decydują o przyczynach zachowania na podstawie informacji na temat spójności, wybiórczości i powszechności tegoż zachowania. Badania empiryczne wskazały jednak na liczne odstępstwa faktycznie dokonywanych przez ludzi atrybucji od tych modeli normatywnych: podstawowy błąd atrybucji, asymetria atrybucji aktora i obserwatora, egotyzm i egocentryzm atrybucyjny oraz efekt fałszywej powszechności. Próby wyjaśnienia tych zjawisk doprowadziły do sformułowania procesualnych modeli atrybucji wskazujących, że rozpoznanie sensu obserwowanego zachowania jest procesem automatycznym i mało podatnym na dezorganizację, natomiast uwzględnienie poprawki na sytuację jest procesem kontrolowanym i silnie podatnym na dezorganizację wskutek równoległego wykonywania innych zadań umysłowych.

Spostrzegając innych, ludzie silnie też wykorzystują posiadaną już wiedzę w postaci ukrytej teorii osobowości, która pozwala wnioskować o dalszych cechach spostrzeganej osoby na podstawie cech zaobserwowanych. Ukryte teorie osobowości mają zwykle dwa wymiary, z których jeden dotyczy jakości funkcjonowania zadaniowego, drugi zaś jakości funkcjonowania społecznego i moralnego. Informacje o cechach, zachowaniach i przynależności osoby spostrzeganej do kategorii społecznej nawzajem precyzują swoje znaczenia i łącznie wpływają na wykształcanie spostrzeżenia.

Spostrzeganiu innych ludzi nieodłącznie towarzyszy ich wartościowanie, czyli ocenianie. Oceny mogą być formułowane „oddolnie” na zasadzie

integrowania ocen cząstkowych niesionych przez szczegółowe informacje o człowieku, bądź też „odgórnie” na zasadzie przenoszenia na ocenianego człowieka gotowej reakcji afektywnej zawartej w schemacie, do którego został on przypisany. Trzeci model oceniania zakłada, iż schematy i inne przesłanki powodują formułowanie początkowych hipotez na temat wartości ocenianego człowieka, a hipotezy te utendycyniają proces poszukiwania i interpretacji danych, a czasami prowadzą do samospełniających się przepowiedni. Każdy z tych modeli jest do pewnego stopnia trafny, choć w innych warunkach.

KONCEPCJA 3

Reguły atrybucji:

zasada pomniejszania i powiększania

Atrybucje przyczyn zachowania często są dokonywane na podstawie jednorazowej jego obserwacji, kiedy nie znamy ani poprzednich działań obserwowanej osoby, ani zachowań innych osób. W takiej sytuacji atrybucjami rządzą dwie proste reguły: pomniejszania i powiększania (Kelley, 1972; 1973). Reguła pomniejszania głosi, że obserwator pomniejsza rolę danej przyczyny zachowania, jeśli w tej samej sytuacji działają jeszcze inne możliwe przyczyny tego samego zachowania. Jeżeli dowiadujemy się, że Janek miał stłuczkę o pierwszej w nocy, skłonni jesteśmy upatrywać przyczyn w jego zmęczeniu. Jeżeli jednak wiemy także, że w tym czasie padał śnieg z deszczem, rola zmęczenia zostaje pomniejszona z powodu możliwej roli złych warunków jazdy. Reguła pomniejszania odnosi się do sytuacji, w której występuje wiele czynników ułatwiających zachowanie, a więc mogących stanowić jego przyczyny. Ponadto w wielu sytuacjach pojawiają się także czynniki utrudniające zachowanie i do nich odnosi się reguła powiększania, która polega na tym,

że obserwator powiększa rolę danej przyczyny zachowania, jeśli w tej samej sytuacji działają czynniki hamujące zaobserwowane zachowanie. Widząc, że Janek uprzejmie odnosi się do szefa, nie będziemy go uważali za specjalnie uprzejmego (wszyscy są uprzejmi dla szefa - bycie szefem bardzo ułatwia uprzejme zachowania innych), jeżeli jednak Janek będzie uprzejmy dla pyskatej sprzątaczkii, uznamy go za osobę wybitnie uprzejmą, jako że zachowuje się tak pomimo ewidentnych przeszkód. Nie ulega wątpliwości, że zasady pomniejszania i powiększania często rządzą wnioskami o przyczynach zachowania innych ludzi, a także naszego postępowania. Zasada powiększania rządzi m.in. ocenami kompetencji - jeżeli komuś udało się uzyskać wysoki wynik pomimo przeciwności (np. bardzo trudne zadanie), to oceniamy jego zdolności jako duże. Zasada pomniejszania wyjaśnia m.in. zjawisko wygaszania motywacji wewnętrznej, czyli efekt naduzasadnienia. Gdy coś lubimy robić, ale pojawia się także silna zewnętrzna przyczyna zachowania, przestajemy to lubić - np. czytamy książkę, gdyż wydaje nam się ciekawa, jeżeli jednak czytamy ją ponownie jako lekturę obowiązującą na egzaminie lubimy ją już znacznie mniej (por. rozdz. 5.2.3).

- efekt fałszywej powszechności
- efekt negatywności
- efekt pierwszeństwa
- efekt świeżości
- egocentryzm atrybucyjny
- egotyzm atrybucyjny
- inklinacja pozytywna
- model równoległego przetwarzania danych
- oceny schematopochodne
- podstawowy błąd atrybucji

powszechność zachowania
samospełniająca się przepowiednia
spójność zachowania strategia
diagnostyczności strategia
konfirmacji trójetapowy model
atrybucji ukryte teorie
osobowości wnioski
korespondentne wybiórczość
zachowania zasada pomniejszania
zasada powiększania

Literatura zalecana

- Kofta M., Szustrowa T. (red.), (2001). *Złudzenia, które pozwalają żyć* (wyd. 2). Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Lewicka M. (1993). *Aktor czy obserwator: psychologiczne mechanizmy odchylenia od racjonalności w myśleniu potocznym*. Warszawa-Olsztyn: Pracownia Wydawnicza PTP.
- Lewicka M., Trzebiński J. (red.), (1985). *Psychologia spostrzegania społecznego*. Warszawa: Książka i Wiedza.
- Mądrzycki T. (1986). *Deformacje w spostrzeganiu ludzi*. Warszawa: Państwowe Wydawnictwo Naukowe.
- Wojciszke B. (1991). *Procesy oceniania ludzi*- Poznań: Wydawnictwo Nakom.

Podstawowe pojęcia

- asymetria atrybucji aktora i obserwatora

- atrybucje
- atrybucyjny model współzmienności
- dwuetapowy model atrybucji

JA I WIZERUNEK WŁASNEJ OSOBY

Choć wszyscy zdają się wiedzieć, czym jest ich własne ja, pojęcie to jest zadziwiająco trudne do zdefiniowania. Ja na pewno obejmuje własne ciało (oraz jego obraz i ocenę); wiedzę o sobie (czyli strukturę ja); tożsamość (która nadaje poczucie ciągłości ja w czasie i zmieniających się sytuacjach oraz odróżnia nas od innych), a także zdolność i skłonność dokonywania wyborów, działań celowych i samoregulacji. Ja jest jednak bytem zdumiewającym, ponieważ zawiera także wiele elementów, które są tyleż cudze, co nasze, jak kochani przez nas ludzie (którzy mają własne ja), albo pełnione role lub wyznawane przez nas wartości i normy (które zawarte są w ja także wielu innych ludzi). Współczesny człowiek żyje w kalejdoskopowym świecie, często zmieniając pełnione role i wykonywane zajęcia, miejsce zamieszkania i otoczenie społeczne. Dlatego ja i tożsamość stały się obecnie większym problemem niż były jeszcze niedawno, kiedy znaczna większość ludzi spędzała całe życie w tym samym miejscu w sensie geograficznym i społecznym, z tymi samymi ludźmi, których nie wybierała (nie wyłączając męża lub żony), wykonując tę samą pracę, słowem - ani nie zmieniając, ani nie wybierając swojej tożsamości (Baumeister, 1995).

4.1. JA

Każdy z nas ma ogromną wiedzę na temat własnej osoby, czyli rozbudowaną strukturę ja. Marysia jest blondynką ze skłonnością do piegów latem, depresji jesienią, a nadwagi i wyrzutów sumienia o każdej porze. Jest towarzyska i lubi pomagać ludziom, którzy zwracają się do niej o różne porady, ponieważ jest też inteligentna i potrafi zauważyć u człowieka to, czego on sam nie widzi. Bardzo przyjaźni się ze swoją matką i lubi wyjeżdżać z nią na wakacje do ciepłych krajów, gdzie na gorącej plaży leży bez ruchu przez dwa tygodnie, zbierając siły na powrót do pracy, gdzie jest główną księgową cenioną za profesjonalizm. Walczy aktywnie o utrzymanie przyzwoitej wagi oraz równouprawnienie kobiet. Nie wyobraża sobie życia jako gospodyni domowa, ani życia bez dwunastoletniego syna, któremu poświęca każdą wolną chwilę i bez męża, któremu poświęca to, co jej jeszcze zostaje. Marysia wszystko to wie o sobie i, oczywiście, potrafiłaby wymienić jeszcze tysiące informacji na swój temat.

4.1.1, Co zawiera ja

Ja jest więc bardzo złożoną i bogatą strukturą wiedzy. Świadczy o tym różnorodność ja f e n o m e n o l o g i c z n y c h , a więc uświadamianych w danej chwili fragmentów, czy wersji ja (świadomość można sobie wyobrazić jako reflektor przesuwający się po strukturze ja - część oświetlona, to doświadczane w danej chwili ja fenomenologiczne). Świadczą o tym także bardziej obiektywne zjawiska, jak efekt odniesienia do ja, polegający na lepszym zapamiętywaniu informacji odnoszonych do własnej osoby niż do innych osób. Jeżeli ludzie dostaną listę cech z prośbą o zdecydowanie, jak dalece każda z nich odnosi się do nich samych, to lepiej potrafią ją potem odtworzyć, niż wtedy, kiedy odnosili listę do innych osób (Rogers, Kuiper, Kirker, 1977). Odnoszenie informacji do innych również ułatwia jej zapamiętywanie - tym bardziej, im bardziej rozbudowana jest nasza o nich wiedza. Dzieje się tak dlatego, że im bogatsza jest struktura wiedzy, do której odnosimy odebraną informację, tym więcej powstaje skojarzeń w momencie jej przetwarzania, co później ułatwia przypominanie (Symons, Johnson, 1997). Struktura ja jest rozbudowana najbardziej, a ponadto cechuje się również chronicznie podwyższoną dostępnością pamięciową. Jednym z jej przejawów jest tzw. efekt cocktail-party, polegający na tym, że informacje dotyczące nas samych łatwiej do nas docierają nawet w warunkach pochłonięcia uwagi czym innym (tak jak własne imię przebija się przez szum rozmów podczas cocktail-party).

Psychologowie w różny sposób próbują poradzić sobie ze złożonością ja. Niektórzy przyjmują, że człowiek ma wiele różnych ja (księgowa, feministka, córka), czemu często towarzyszy przekonanie, że za tymi licznymi, prezentowanymi publicznie wizerunkami, ukrywa się jakiejś ja „wewnętrzne” i prawdziwe (którego odnalezieniu miałyby posłużyć liczne podręczniki samopomocy psychologicznej zalegające księgarskie półki). Jednak idea wielości ja wydaje się fałszywa, gdyż idzie przecież ciągle o tę samą osobę, a podstawowym problemem jest wyjaśnienie, jak ten sam człowiek może mieć tak różne tożsamości. Rozsądniej wydaje się przyjąć, że j a j e s t l u ż n ą s t r u k t u r ą r ó ż n y c h r ó l i t o ż s a m o ś c i s p o ł e c z n y c h , p r z e k o n a ń n a w ł a s n y t e m a t i s a m o o c e n o r a z w a r t o ś c i i c e l ó w u z n a w a n y c h z a w ł a s n e . Na podobieństwo okrągłej góry lodowej, ukazuje zwykle tylko niewielki swój obszar, a obszary te mogą się szybko zmieniać, choć ich liczba jest ograniczona. Rolę fal obracających górą lodową spełniają w tej metaforze zmieniające się konteksty społeczne ujawniające coraz to inne obszary ja (skrupulatna i racjonalna księgowa w pracy, rozpieszczona dziewczynka w kontakcie z matką itd.).

Nie wszystkie obszary ja są jednakowo dobrze wykształcone. Hazel Markus (1980) zaproponowała pojęcie autoschematu dla opisu obszaru ja, w zakresie którego człowiek ma dobrze sprecyzowane poglądy i bogatą

wiedzę o sobie. Autoschematy wykształcamy w dziedzinach, które są dla nas ważne, ponieważ odróżniają nas od innych, definiują wartość naszej osoby i dotyczy ich wiele podejmowanych przez nas aktywności. Możemy więc mieć autoschemat kobiecości (jeżeli definiujemy świat ludzi przez pryzmat płci, co jest częstym zjawiskiem -por. rozdz. 12.3.1), osoby pomocnej (jeżeli opiekujemy się starszą, schorowaną babcią), studentki, osoby niezależnej itd. Wskaźnikiem wykształcenia autoschematu jest krańcowość sądów o sobie w danej dziedzinie i uważanie jej za ważną. Badania Markus i współpracowników wykazały, że osoby posiadające autoschemat w jakiejś dziedzinie w porównaniu z aschematykarni: (1) częściej oceniają nadchodzące informacje z uwagi na ich istotność dla tej dziedziny (np. więcej informacji traktują jako dotyczące własnej kobiecości); (2) łatwiej przetwarzają informacje o sobie w tej dziedzinie (np. szybciej dokonują samoopisu); (3) lepiej zapamiętują informacje o sobie z tej dziedziny; (4) częściej dokonują przewidywań własnych zachowań w tej dziedzinie oraz (5) przejawiają większy opór wobec informacji niezgodnych z już posiadanymi na własny temat w danej dziedzinie.

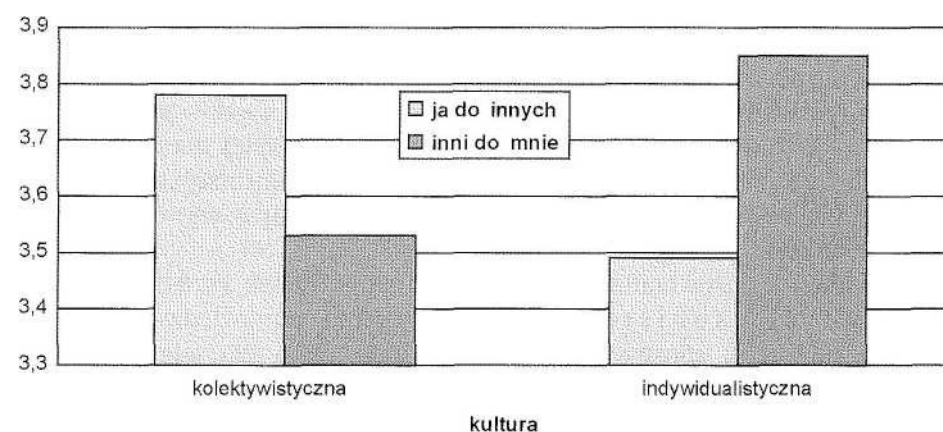
Nie wszystkie obszary ja dotyczą rzeczywistych informacji na własny temat, czyli „ja realnego”. Np. Tory Higgins (1989) wykazał, że obok ja realnego ludzie dysponują także „ja idealnym”, i „ja powinnościowym”.

Ja idealne oznacza to, jaki człowiek chciałby być, a więc pragnienia, nadzieje i aspiracje, podczas gdy ja powinnościowe oznacza to, jaki człowiek swoim zdaniem powinien być, a więc przekonania o obowiązkach, powinnościach i obligacjach. Badania Higginsa i współpracowników wykazały, że pojawienie się lub uwypuklenie rozbieżności między ja realnym i ja idealnym prowadzi do przeżywania emocji o słabo zaznaczonym pobudzeniu, składających się na syndrom depresyjny, jak smutek, rozczarowanie, apatia. Natomiast rozbieżności między ja realnym a powinnościowym prowadzą do syndromu „agitacji” - wiązki emocji o silnie zaznaczonym pobudzeniu, jak niepokój, strach, poczucie winy i wstyd. W polskich badaniach okazało się z kolei, że emocje depresyjne przeżywane są częściej w następstwie porażki niż wykroczenia moralnego, zaś emocje „agitacyjne” - częściej po wykroczeniu moralnym niż porażce (Wojciszke, 1997a). Sugeruje to, iż ja idealne zawiera z reguły treści związane ze sprawnością, podczas gdy ja powinnościowe - treści moralne, a więc wartości i normy.

Treść ja jest przynajmniej po części uwarunkowana kulturowo. Dane zgromadzone przez Markus i Kitayamę (1991) sugerują jeden wymiar takiego zróżnicowania. W kulturach indywidualistycznych (jak amerykańska czy większość europejskich), które kładą nacisk na jednostkę, jej osiągnięcia i wartości bezpośrednio służące interesom jednostki (por. rozdz. 5.1), ja ma charakter niezależny, tj. ludzie myślą o sobie jako o niepowtarzalnych jednostkach niezależnych od innych ludzi, w kategoriach indywidualnych cech. W kulturach kolektywistycznych (jak dalekowschodnie czy większość afrykańskich), które kładą nacisk na przynależność grupową, harmonię spo-

łeczną i wartości bezpośrednio służące interesom wspólnoty (czyli kolektywistyczne, por. rozdz. 5.1), ja ma charakter współzależny, tj. ludzie myślą o sobie jako części jakiejś wspólnoty, w kategoriach relacji łączących ich z innymi ludźmi i miejsc zajmowanych w grupie. W konsekwencji, w kulturze indywidualistycznej ludzie spostrzegają się jako bardziej różnych od innych, a innych jako bardziej podobnych do siebie, zaś w kulturze kolektywistycznej na odwrót, jak ilustruje rys. 4.1. Różnicę między kulturami indywidualistycznymi a kolektywistycznymi dobrze obrazuje przeciwstawienie amerykańskiego przysłowia „Skrzypiące koło zostaje nasmarowane” (sugerujące zyski płynące z wyróżniania się spośród innych) japońskiemu „Wystający gwóźdź zostaje wbity” (sugerujące straty i brak tolerowania odmienności od innych). Opisywane dalej liczne przejawy utrzymywania i podwyższania poczucia własnej wartości są bardziej charakterystyczne dla osób o ja niezależnym, niż dla osób o ja współzależnym, które z kolei bardziej zdają się dbać o wartość i interesy własnej grupy (por. Triandis, 1989).

Rysunek 4.1. Spostrzegany stopień podobieństwa siebie do innych i innych do siebie w zależności od kolektywistycznej, bądź indywidualistycznej kultury pochodzenia badanych



Źródło: Markus, Kitayama (1991).

4.1.2. Geneza: skąd się bierze ja

Kulturowe uwarunkowania treści ja są przejawem ogólniejszej prawidłowości polegającej na tym, że ważnym źródłem zawartości naszego ja są inni ludzie. Teza, że myślimy o sobie to, co myślą o nas inni, została już dawno temu sformułowana przez nurt socjologii zwany symbolicznym interakcjonizmem (np. Mead, 1975) inspirując wiele badań empirycznych. Najbardziej chyba przekonujące było badanie, w którym dzieciom w różnym wieku zadawano szereg pytań na temat ich samych, jak „Kto najlepiej wie jaki jesteś naprawdę, tam głęboko, w środku?”. Jeszcze w wieku lat 11 ponad połowa dzieci odpowiadała, że rodzice znają je lepiej, niż one same

(por. Baumeister, 1995). Jednakże większość badań nad zgodnością między tym, co człowiek myśli o sobie, a tym, co myślą o nim inne, znaczące dlań osoby wykazała, że zgodność ta jest niewielka (Shrauger, Schoeneman, 1979). Natomiast to, co człowiek myśli o sobie, okazało się silnie korelować ze spostrzeganymi przezeń opiniami innych na swój temat. Tak więc matka kształtuje to, co jej córka o sobie myśli, ale za pośrednictwem tego, jak córka spostrzega jej opinie.

Inni ludzie wpływają na zawartość ja także za pośrednictwem porównań społecznych. Człowiek może wypadać lepiej bądź gorzej od innych, co ma często bezpośredni wpływ na treść i wysokość jego samooceny. Uczestnikami jednego z klasycznych badań na ten temat byli studenci ubiegający się o pracę na pół etatu w odpowiedzi na ogłoszenie w lokalnej gazecie (Morse, Gergen, 1970). Przed rozmową kwalifikacyjną studenci zostali poproszeni o wypełnienie kwestionariuszy (wśród których była skala mierząca samoocenę), po czym stykali się z innym kandydatem (w rzeczywistości pozorantem), który również przyszedł wypełnić kwestionariusze. Dla połowy badanych ten kandydat jawił się jako p. Czysty - pewny siebie, zadbane młody człowiek w ciemnym garniturze i z elegancką teczką. Druga połowa badanych spotykała p. Brudnego - młodego człowieka w podartych spodniach, woniejącym podkoszulku, który nie miał skarpetek i nerwowo rozglądał się dookoła. Pod koniec eksperymentu ponownie dokonano pomiaru samooceny badanych. Ci, którzy natknęli się na p. Brudnego, w porównaniu, z którym nietrudno było dobrze wypaść, wyraźnie lepiej zaczęli myśleć o sobie niż na początku eksperymentu. Natomiast badani natykający się na p. Czystego, w porównaniu z którym trudno było dobrze wypaść, myśleli o sobie wyraźnie gorzej niż na początku.

Indywidualne porównania siebie z innymi są podstawą kształtowania się tożsamości osobistej, czyli „systemu samowiedzy, na który składają się cechy spostrzegane przez podmiot jako dla własnej osoby najbardziej charakterystyczne i zarazem najbardziej specyficzne, to jest najwyraźniej odróżniające własną osobę od innych ludzi” (Jarymowicz, 2000, s. 125). Teoria tożsamości społecznej (por. rozdz. 2.2.1) przekonuje także o istnieniu tożsamości społecznej, czyli identyfikacji z konkretnymi grupami (jak „my” członkowie Sopockiego Klubu Tenisowego) lub abstrakcyjnymi kategoriami (jak „my” psychologowie), do których jednostka przynależy, bądź aspiruje do przynależności. Tożsamość społeczna kształtuje się w opozycji do grup obcych, a jej aktywizacja, a nawet sama aktywizacja zaimka „my” powoduje wzrost stereotypowego spostrzegania członków grup obcych i konformizmu w stosunku do grupy własnej. Liczne badania nad tymi dwoma rodzajami tożsamości przeprowadziła Maria Jarymowicz i jej współpracownicy (Jarymowicz, 1988, 1994; Kamińska-Feldman, 1994; Kwiatkowska, 1999).

Trzecim i zapewne najważniejszym źródłem treści zawartych w ja jest własne zachowanie. Zgodnie z teorią autopercepcji Daryla Bema (por. KON-

CEPCJA 5) ludzie formułują sądy na własny temat podobnie jak na temat innych - na bazie własnych zachowań i warunków, w jakich ono przebiega. W szczególności, wyciągają wnioski o własnych cechach zgodnych z zachowaniem, jeżeli dochodzi do niego w warunkach swobody wyboru, a więc bez spostrzeganych nacisków zewnętrznych.

Jednak ważna różnica między spostrzeganiem siebie i innych polega na tym, że siebie spostrzegamy lepiej. Wiele badań świadczy o trzech p o z y t y w n y c h z ł u d z e n i a c h na temat własnej osoby (Kofta, Szustrowa, 2001; Taylor, Brown, 1988). Po pierwsze, ludzie powszechnie przeceniają swoje pozytywne cechy i osiągnięcia (o czym szerzej mowa dalej). Po drugie, przeceniają stopień sprawowanej przez siebie kontroli nad biegiem wydarzeń. Po trzecie wreszcie, mają skłonność do nierealistycznego optymizmu, przeceniając szansę wystąpienia w ich życiu zdarzeń dobrych (jak znalezienie wysoko płatnej pracy), a nie doceniając szansy zdarzeń złych (jak choroba). Taylor i Brown twierdzili, że złudzenia te są pozytywne, ponieważ pozwalają człowiekowi utrzymać się w dobrej kondycji psychicznej i zachować aktywną postawę wobec życia. Jednak w istocie rzecz jest bardziej skomplikowana, ponieważ: (1) w sprawie złudzeń obowiązuje zasada „co za dużo to niezdrowo” i ich nadmiar jest niekorzystny; (2) złudzenia mogą być pozytywne w fazie realizacji, gdyż sprzyjają podejmowaniu wysiłków, ale nie w fazie decyzji o kierunkach działania, gdyż sprzyjają angażowaniu się w nieosiągalne cele, wreszcie (3) obok pesymizmu depresyjnego skłaniającego do bierności istnieje też pesymizm obronny, sprzyjający silnej aktywności zapobiegającej porażkom (Doliński, 2001). Na pytanie, czy optymistom lepiej w życiu się wiedzie niż pesymistom, nie można więc odpowiedzieć prostym „tak” lub „nie”. Jak w przypadku wielu innych pytań, odpowiedź należy rozpocząć od „to zależy...”.

4.1.3. Funkcje: po co mamy ja

Ja jest ważne nie tylko dlatego, że stanowi, by tak rzec, arenę doświadczania naszych przeżyć. Spełnia też dwie ważne funkcje dotyczące kontaktów z innymi (funkcje interpersonalne): negocjowanie tożsamości oraz symulowanie psychiki innych ludzi oraz dwie funkcje związane z tym, co się dzieje wewnątrz jednostki (funkcje intrapersonalne): samoregulacja zachowania celowego i samokontrola.

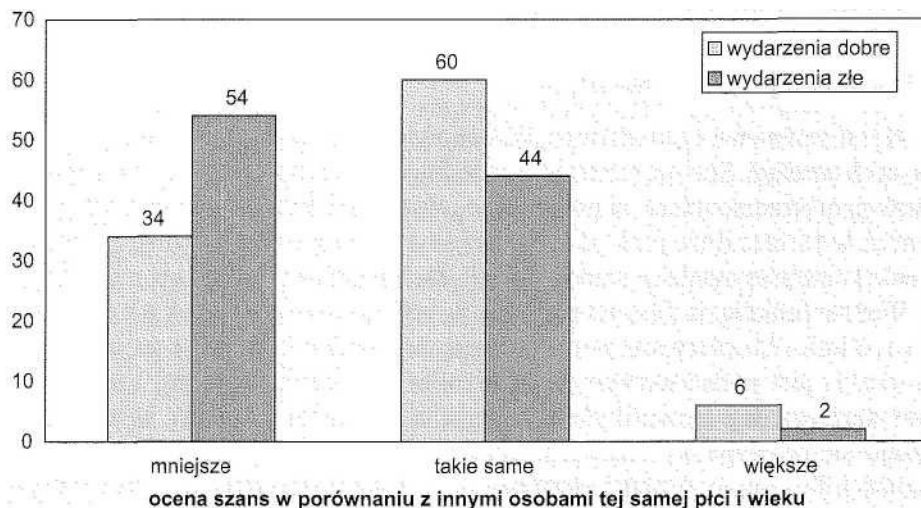
Ważną funkcją ja jest u t r z y m a n i e i n e g o c j o w a n i e t o ż s a m o ś c i . Po pierwsze w tym sensie, że wiedza o sobie (i pamięć autobiografii) jest podstawowym wyznacznikiem poczucia własnej tożsamości. Bez samowiedzy utracilibyśmy poczucie, że nadal jesteśmy sobą, jak to dzieje się w wypadku rzadkich, choć dramatycznych zaburzeń utraty tożsamości. Po drugie, w sensie rozpoznawania naszej tożsamości przez innych. Jeżeli czujemy się wytrawnym psychologiem lub świetnym aktorem, nie sposób takiej tożsamości utrzymać, dopóki nie zostanie rozpoznana i uznana

ZŻYCIA 4.a Optymizm defensywny, czyli przyszłość bez wydarzeń

Na poziomie ogólnych deklaracji („Zawsze optymistycznie patrzę w przyszłość”) znaczna większość Polaków jest optymistami, wykazują badania Janusza Czapińskiego (1998) na kilku próbach ogólnopolskich. Klasyczne badania Weinstein (1980), dowodzące nierealistycznego optymizmu pokazały, że Amerykanie przeceniają szansę wystąpienia w ich życiu zdarzeń pozytywnych (jak dożycie w zdrowiu sędziwego wieku), a nie doceniają szansy zdarzeń negatywnych (jak padnięcie ofiarą włamania). Jednakże optymizm Polaków okazuje się zdecydowanie asymetryczny, jak ilustruje rys. 4.2. W sprawie złych wydarzeń jesteśmy optymistyczni, zaniżając szansę ich wystąpienia w naszym życiu w porównaniu z innymi osobami o tej samej płci i wieku. W sprawie wydarzeń dobrych optymizm zawodzi - również zaniżamy szansę ich pojawienia się. Optymizm poważnej części Polaków dotyczy jedynie unikania porażek, ale nie osiągania sukcesów. W rezultacie, subiektywna przyszłość jawi się wielu z nas jako stan bez wydarzeń (i zło, i dobro spotka mnie rzadziej niż moich bliźnich).

Taki asymetryczny optymizm Polaków można wiązać ze zjawiskiem orientacji defensywnej (obronnej) opisanej przez Dolińskiego (1993) jako przeciwieństwo orientacji sprawczej. Przy orientacji sprawczej celem jednostki jest aktywne kształtowanie biegu wydarzeń i zmiana zewnętrznych stanów rzeczy. Przy orientacji defensywnej celem tym staje się ochrona zagrożonego poczucia własnej wartości. Wiele prawidłowości sądów i zachowań, które zdają się dysfunkcjonalne i irracjonalne z punktu widzenia motywacji sprawczej, służy w istocie obronie dobrego mniemania o sobie. To właśnie z tego powodu jednostka może: (1) zakładać, że nie ma rzeczywistego wpływu na bieg wydarzeń i aktywnie wpływu unikać, gdy sądzi, że posiadanie wpływu musiałoby doprowadzić do odpowiedzialności za porażki; (2) zakładać, że świat jest miejscem urządzonym niesprawiedliwie, w którym porażka nie wynika z winy ludzi, a sukcesy wcale nie muszą być ich zasługą; (3) popadać w pesymizm, co pozwala

Rysunek 4.2. Odsetek osób z próby ogólnopolskiej oceniających, że szansę pojawienia się w ich życiu dobrych lub złych wydarzeń są mniejsze, takie same lub większe w porównaniu z osobami tej samej płci i wieku (1997, N = 2000)



Źródło: Czapiński (1998).

uniknąć rozczarowań dzięki niewielkim oczekiwaniom oraz (4) silniej dążyć do uniknięcia porażki niż do osiągnięcia sukcesu. Gdy orientacja sprawcza ulega załamaniu wskutek niemożności skutecznego wpływania na bieg wydarzeń, człowiek „przestawia się” na orientację defensywną. Miał nadal bezskutecznie próbować kontrolowania biegu wydarzeń i załamywać się, zaczyna realizować zupełnie inny cel - bronić dobrego mniemania o sobie, w oczach zarówno własnych, jak i innych osób.

przez innych. W każdej interakcji społecznej jawimy się jako ktoś z określoną tożsamością;), a tożsamości te są i muszą być różne dla różnych partnerów, jeżeli interakcje mają przebiegać sprawnie i doprowadzić do zamierzonych celów. Kim innym jesteśmy dla swojej matki (dzieckiem), kim innym dla barczystego bruneta zapraszającego na kawę (tajemnicą), a jeszcze kim innym dla profesora na seminarium (intelektualistką). Bogactwo treści zawartych w ja umożliwia ukazywanie się z coraz to innej strony, a jak się dalej przekonamy, ludzie wkładają wiele bardzo różnych wysiłków w autoprezentację, czyli wywieranie zamierzonego wrażenia na innych.

Druga funkcja ja to symulowanie psychiki partnerów interakcji. Skuteczne interakcje wymagają odczytywania cudzych zamiarów, uczuć i reakcji na nasze postępowanie. Choć wiele interakcji ma charakter automatycznie realizowanych skryptów, w wielu innych pojawia się (na szczęście!) coś nieoczekiwanego, wykraczającego poza to, co działo się dotąd. W takich sytuacjach przewidywanie cudzych reakcji może się odbywać na podstawie wiedzy o własnych przeżyciach i zachowaniach, które pomagają wyobrazić sobie przeżycia partnera. Ja stanowi więc model funkcjonowania psychiki używany do odczytywania, czy raczej rekonstrukcji psychiki innego człowieka. Z rozumowaniem tym jest zgodny opisywany w poprzednim rozdziale efekt fałszywej powszechności - przewidując cudze zachowania lub poglądy najczęściej zakładamy, że są one podobne do naszych. Analogicznie, przeceniamy stopień surowości ocen, jakie inni formułują na nasz temat w wypadku popełnienia jakiegoś głupstwa czy publicznej porażki (Savitsky, Epley, Gilovich, 2001). Błędnie zakładamy, że inni oceniają nas równie surowo jak my sami, nie uwzględniając niedostępności wielu danych dla obserwatorów (np. tego, że niektóre głupstwa zostały tylko pomyślane, ale niewypowiedziane, albo że o włos uniknęliśmy jeszcze większej katastrofy). Również stałe treści zawarte w ja wpływają na sposób spostrzegania innych ludzi. Np. osoby z silnie wykształconym autoschematem niezależności (dla których cecha ta jest ważna i silnie ją sobie przypisują) wydają bardziej krańcowe sądy na temat zależności-niezależności innych ludzi, choć, oczywiście, nie na temat innych cech niezwiązanych z zależnością (Markus, Smith, Moreland, 1985).

Trzecia funkcja ja to regulacja zachowania celowego, czyli dokonywanie wyborów. Życie w niewielkiej, ale za to brzemiennej w skutki części składa się z wyborów małych i dużych. Kupić mydło fa czy raczej palmolive? Pomóc tej staruszce wtaszczyć torbę

na peron, czy zostawić ją własnemu losowi? Pójść na prawo czy na psychologię? Dokonanie setek podobnych wyborów byłoby niemożliwe, gdyby nasze ja nie zawierało różnych preferencji i standardów. Ważnym rodzajem takich preferencji są postawy (np. pozytywny stosunek do mydełka fa, albo kandydata na stanowisko prezydenta) i wartości (przekonanie, że pomaganie innym jest dobre i że ja powinienem pomagać bezradnym osobom), którym poświęcony jest rozdział 5 tej książki. Innym rodzajem preferencji są nasze przekonania o sobie - jestem szczególnie zainteresowany ludźmi, więc pójdę raczej na psychologię.

Jednak ludzie często postępują wbrew swoim postawom, wartościom i przekonaniom o sobie. Kiedy taka zgodność czy wewnętrzna konsekwencja następuje, a kiedy nie, wyjaśnia teoria przedmiotowej samoświadomości (Wicklund, 1975). Zakłada ona, że uwaga człowieka może być w dowolnym momencie skoncentrowana albo na jakimś fragmencie świata zewnętrznego, albo na samym sobie. Ten ostatni stan to właśnie przedmiotowa samoświadomość (ja jest przedmiotem własnej świadomości), czy prościej mówiąc - stan autokoncentracji. Jest to stan zaktywizowania ja, w którym ludzie uświadamiają sobie - istotne z uwagi na bieżącą sytuację - własne wartości, postawy czy własności. Uświadamiają sobie także rozbieżności pomiędzy tymi standardami i ewentualnymi zachowaniami, co budzi przykre emocje, nasilone wskutek autokoncentracji (skupienie uwagi na sobie nasila wszelkie przeżywane emocje - Carver, Scheier, 1981). Ponieważ ludzie starają się emocje te zredukować lub ich uniknąć, w stanie autokoncentracji rośnie zgodność zachowania z ja. W sytuacjach naturalnych najczęstszym czynnikiem wywołującym autokoncentrację są porównania społeczne (jaki jestem na tle innych) oraz wyobrażenia, co myślą o nas inni ludzie. Jednak te czynniki mogą też wzbudzać lęk przed oceną, dlatego w badaniach empirycznych autokoncentracja jest wzbudzana za pomocą wprowadzania bodźców symbolizujących własną osobę badanego, jak widok własnego odbicia w lustrze czy słuchanie własnego głosu z taśmy. Wiele badań dowodzi, że w obecności takich bodźców ludzie zachowują się w sposób bardziej zgodny z własnym ja niż w warunkach kontrolnych. Np. faktycznie przejawiana w zachowaniu towarzyskość koreluje z towarzyskością deklarowaną w kwestionariuszu od 0,55 do 0,73 w warunkach autokoncentracji, a jedynie od 0,03 do 0,28 w warunkach kontrolnych (Pryor i in., 1977). Podobnie tylko w warunkach autokoncentracji osoby potępiające seks silniej odrzucają przeczytany fragment prozy pornograficznej niż osoby ogólnie nie potępiające seksu (Gibbons, 1978). Krótko mówiąc, autokoncentracja działa jak przypomnienie człowiekowi, że ma przecież własne ja, którym może kierować się w swoich decyzjach, zachowaniach i sądach.

Szczególnym przypadkiem zachowania celowego jest ^a m o k o n t r o l a, czyli zamierzona i dowolna zmiana własnych reakcji - czwarta funkcja spełniana przez ja. Ludziom o większej samokontroli lepiej wiedzie się

-w życiu - sprawniej sobie radzą ze stresem i frustracjami, jako dzieci w szkole mają lepsze stopnie, a jako dorośli rzadziej się rozwodzą. Z kolei niedostatki samokontroli miewają katastrofalne skutki w wymiarze zarówno społecznym, jak i jednostkowym - załamanie samokontroli często leży u podłoża agresji (np. większości zabójstw), uzależnień, depresji i nawracania niechcianych myśli (Baumeister, Heatherton, Tice, 1994).

Samokontrola jest trudna, nawet kiedy dotyczy tylko treści własnych myśli - często myślimy wcale nie to, co byśmy chcieli. Badania Daniela Wegnera (1994) nad paradoksalnym efektem kontroli umysłowej wskazują, że próby zahamowania myśli na jakiś temat (np. białych niedźwiedzi) skutkują „hiperdostępnością”, czyli wzrostem częstości ich pojawiania się w porównaniu z sytuacją, gdy człowiek nie próbuje się ich pozbyć. Najczęściej białe niedźwiedzie w ogóle nie przychodzą nam do głowy (chyba że jesteśmy Eskimosami), ale kiedy staramy się o nich nie myśleć, zdają się chadzać całymi stadami. Elegancki i dobrze uzasadniony empirycznie model wyjaśniający to zjawisko zakłada, że na mechanizm kontroli umysłowej składają się dwa procesy. Po pierwsze, proces automatycznego monitorowania treści własnych myśli w poszukiwaniu niepożądaney treści („Czy już myślę o białych niedźwiedziach?”), bądź treści blisko z nią skojarzonej („A może myślę o górach lodowych?”). Proces ten wymaga stałej, choć słabej, aktywizacji niepożądanego pojęcia, bowiem bez aktywizacji „białego niedźwiedzia” w tle nie sposób sprawdzić, czy o nim myślimy, czy nie. Drugi proces to kontrolowana interwencja, czyli modyfikowanie treści własnych myśli, polegające na aktywnym i świadomym zastępowaniu niepożądanych treści innymi myślami (aby nie myśleć o białych niedźwiedziach, pomyślę sobie o palmach na pustyni). Ponieważ proces monitorowania jest w dużym stopniu automatyczny, zaś proces modyfikacji jest w dużym stopniu kontrolowany, pojawienie się dodatkowego obciążenia umysłowego - nowego, równoległe wykonywanego zadania - w większym stopniu dezorganizuje ten drugi proces niż pierwszy. Wskutek tego, próby zaprzestania myślenia o białych niedźwiedziach owocują paradoksalnym nasileniem myśli na ten temat.

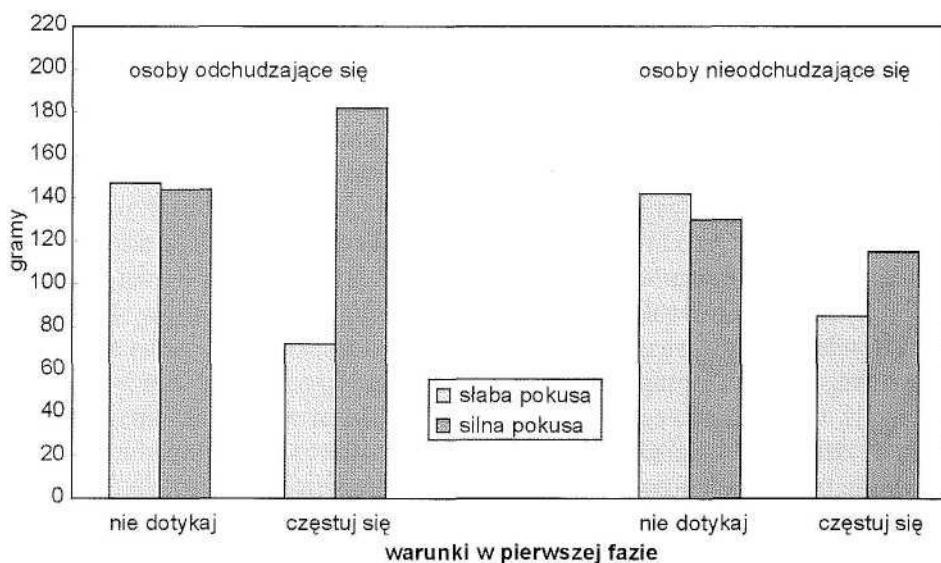
Jedną z przyczyn załamania czy niedostatków samokontroli jest także wyczerpanie woli - spadek zdolności do samokontroli w następstwie samego jej sprawowania. Ja w sensie „woli” jest zasobem ograniczonym, który wyczerpuje się wskutek jego używania. Dokonanie jakiegoś aktu woli, obniża zdolność dokonania następnego aktu woli. Dobrze to ilustruje eksperyment, podczas którego odchudzające się dziewczęta jadły lody w ramach „badania marketingowego” nad różnymi smakami lodów. Zanim do tego doszło, dziewczęta oglądały krótki film przyrodniczy, podczas którego wystawione były na inną pokusę kulinarną. Tuż przed ich nosem (silna pokusa) lub w przeciwległym kącie pokoju (pokusa słaba) znajdowała się patera pełna różnych słodkości i słonych orzeszków. Połowie dziewcząt zapowie-

dziano, aby nie ruszały niczego z patery, gdyż ma ona posłużyć do następnych

badan. Druga połowa zdana była na własną samokontrolę - asystent badawczy mówił bowiem „Częstuj się ile zechcesz, ta patera została z innego badania”. Jak ilustruje rysunek 4.3, dziewczęta z warunków silnej pokusy podczas oglądania filmu jadły potem wyraźnie więcej lodów niż dziewczęta z warunków pokusy słabej. Jednak nie dotyczyło to dziewcząt, którym zakazano jedzenia słodczy (pierwsza para słupków z rysunku), lecz jedynie tych, które podczas oglądania filmu zdane były na własną samokontrolę (druga para słupków). Najwyraźniej powstrzymywanie się od jedzenia stojących tuż pod nosem słodczy tak wyczerpało ich wolę, że kiedy przyszło do smakowania lodów, zjadały ich dwa razy więcej niż wtedy, gdy słodczy w pierwszej fazie badania stały po drugiej stronie pokoju. Prawdopodobnie ich wola była już zresztą osłabiona innymi aktami opierania się pokusie, z których składa się życie osoby na diecie. Wskazują na to dwie ostatnie pary słupków z rysunku 4.3, dotyczące dziewcząt, które w ogóle się nie odchudzały - u nich nie wystąpił wzorec wyników wskazujący na „wyczerpania zasobów woli”.

W opisanym badaniu oba akty woli dotyczyły jedzenia. Jednakże autorzy koncepcji wyczerpywania się woli - Mark Muraven, Dianne Tice i Roy Baumeister (1998) - wykazali w serii eksperymentów, że akty woli mogą dotyczyć zupełnie różnych spraw. Na przykład badani, którzy w pierwszej części eksperymentu byli proszeni o tłumienie bądź nasilanie wyrażania uczuć wzbudzanych przez nieprzyjemny film, w drugiej części badania wkładali mniej wysiłku fizycznego w proste zadanie wymagające ściskania

Rysunek 4.3. Ilość lodów zjedzonych przez dziewczęta odchudzające się lub nie w zależności od warunków w pierwszej fazie badania



Źródło: Vohs, Heatherton (2001),

sprężyny, niż badani nie kontrolujący ekspresji uczuć w pierwszej fazie. W innym eksperymencie badani proszeni o niemyślenie na temat białych niedźwiedzi, w drugiej fazie eksperymentu słabiej kontrolowali wyrażanie rozbawienia podczas oglądania komedii filmowej. Ponieważ akt samokontroli osłabia zdolność do następnych aktów woli niezależnie od ich treściowego związku, sądzić można, że wszystkie akty woli czerpią ze wspólnego źródła - ja jako siły woli, czy też ja jako sprawcy czynów. Źródło to łatwo wyczerpać i choć zapewne szybko się ono odbudowuje, sugestia praktyczna, jaka stąd wynika, jest jasna: jeżeli chcemy skutecznej samokontroli, poszczególne jej próby (akty) powinny być rozdzielone jakimiś okresami. Niestety, nie wiadomo jak długimi, ponieważ nie wiemy jeszcze jak szybko siła woli zostaje odbudowana (jednak na pewno nie jest to tydzień - możesz próbować swojej siły woli znacznie częściej niż raz na tydzień).

4.2. SAMOOCENA I AUTOWALORYZACJA

Uderzającą własnością ja jest jego zdolność i nieustająca skłonność do koncentrowania się na sobie, przede wszystkim w postaci aktów samooceny. Samoocena to afektywna reakcja człowieka na samego siebie. Podobnie jak inne reakcje afektywne, samoocena może mieć charakter zarówno „gorącej”, intensywnej emocji, jak i „zimnego”, zintelektualizowanego sądu. Samoocenę można rozważać jako względnie stałą cechę (skrystalizowany sąd czy postawę wobec siebie samego), bądź też jako bieżący stan i motyw podmiotu.

4.2.1. Samoocena jako cecha V

Zapewne najprostszy sposób myślenia o samoocenie to potraktowanie jej na podobieństwo stałej w czasie i ogólnej cechy. Niektórzy ludzie myślą o sobie lepiej, niektórzy gorzej, co można mierzyć za pomocą kwestionariuszy, zawierających twierdzenia w rodzaju „Czuję, że jestem osobą wartościową, co najmniej tak samo, jak inni” (pozycja z klasycznej skali samooceny Rosenberga, 1965). Wyniki takich kwestionariuszy są dość stabilne w czasie, a bardzo liczne dane przekonują, że mierzona nimi samoocena wiąże się z takimi zmiennymi, jak poczucie i pragnienie wewnętrznej kontroli zdarzeń, motywacja osiągnięć, wytrwałość i potrzeba aprobaty społecznej, zadowolenie z życia, skłonność do częstego przeżywania uczuć pozytywnych, a rzadkiego - takich emocji negatywnych, jak lęk, depresja czy poczucie beznadziejności (por. Tesser, 2001). Osoby o

wysokiej samoocenie cechują się też lepszym samopoczuciem psychicznym, lepszym stanem zdrowia somatycznego i wyższym poziomem osiągnięć życiowych (por. Solomon, Greenberg, Pyszczyński, 1991).

Związki samooceny z wymienionymi zmiennymi okazują się zwykle niezbyt silnie, ale systematyczne, choć nie wiadomo oczywiście, co tu jest

przyczyną, a co skutkiem. Dodatnia korelacja samooceny z pozytywnością doświadczanych emocji może na przykład świadczyć, że to samoocena jest przyczyną, a emocje skutkiem; że jest odwrotnie; bądź że oba te zjawiska są skutkiem jakiejś trzeciej zmiennej, np. wielkości dotychczasowych sukcesów życiowych, które sprzyjają zarówno wysokiej samoocenie, jak i pozytywnym emocjom. Jednak istnieją także dane eksperymentalne pokazujące przyczynową rolę samooceny: kiedy osoby o niskiej lub wysokiej samoocenie oceniają po rozmowie z nieznanym człowiekiem, jak zostały przezeń odebrane, te pierwsze nie doceniają stopnia, w jakim partner je polubił, podczas gdy te drugie nieznacznie przeceniają sympatię wzbudzoną w partnerze (Brockner, Lloyd, 1986). Osoby o niskiej samoocenie niżej oceniają też swoje szansę sukcesu w działaniu zadaniowym, w związku z czym wkładają w działanie mniej wysiłku, co doprowadza do faktycznego spadku uzyskiwanych wyników, w porównaniu z osobami o samoocenie wysokiej (Brockner, Hulton, 1978). Samoocena działa więc na zasadzie błędnego koła: w porównaniu z osobami o samoocenie wysokiej, osoby o niskiej samoocenie spostrzegają świat społeczny i swoje w nim szansę w sposób mniej optymistyczny, co zniechęca je do podejmowania wysiłków, co obniża uzyskiwane wyniki, co utwierdza je w poczuciu niskiej wartości. Krótko mówiąc, „dobra”, wysoka samoocena koreluje z innymi „dobrymi” aspektami osobowości i funkcjonowania społecznego, choć korelacje te są z reguły słabe i komplikowane innymi czynnikami.

Po pierwsze, choć ludzie o samoocenie wysokiej istotnie widzą siebie w pozytywny sposób i mają jasno sprecyzowane, subiektywnie pewne, pochlebne przekonania na własny temat, wcale nie jest tak, że ludzie o samoocenie niskiej widzą siebie jednoznacznie negatywnie. Przeciwnie, wiele danych wskazuje, że ich samooceny są raczej neutralne wartościująco, a przede wszystkim są one niepewne, zmienne i wewnętrznie niespójne (Campbell, 1990). Niezależnie mierzony (za pomocą specjalnego kwestionariusza) stopień jasności samooceny silnie koreluje z jej wysokością (Campbell i in. 1996). Podczas gdy osoby o wysokiej samoocenie dobrze wiedzą, że są „dobre”, osoby o niskiej samoocenie zdają się nie bardzo wiedzieć jakie są - dobre, czy złe. Faktyczny zakres samoocen rozciąga się zatem nie od negatywnych do pozytywnych, lecz od neutralnych do pozytywnych. Ten wąski zakres zmienności może wyjaśniać dlaczego funkcjonowanie osób o wysokiej i niskiej samoocenie nie musi być wzajemnym lustrzanym odbiciem i dlaczego korelacje samooceny z innymi zmiennymi są raczej słabe (ograniczona zmienność jakiegoś zjawiska naturalnie obniża jego współzmienność z innymi zjawiskami, a korelacje opierają się właśnie na pomiarze współzmienności). Niepewność przekonań na własny temat wyjaśnia też często obserwowane zjawisko większej plastyczności osób o niskiej niż wysokiej samoocenie, czyli większej podatności ich sądów i zachowania na informacje zwrotne (Brockner, 1983).

Po drugie, kolejną - obok wysokości i jasności - samodzielną własnością samooceny jest jej stałość w czasie mierzona jako odchylenie standardowe wielokrotnie powtarzanych pomiarów samooceny u tej samej osoby. Tak rozumiana stałość również koreluje z wysokością samooceny, a przede wszystkim modyfikuje jej wpływ na zachowanie. Np. wbrew tezie, że wysoka samoocena prowadzi do samych dobrych skutków okazuje się, że największą skłonność do gniewu i agresji mają osoby o samoocenie wysokiej i niestabilnej równocześnie, które częściej czują się niesprawiedliwie potraktowane przez innych, jeżeli ci nie podzielają ich pozytywnych ocen (Kernis, Granemann, Barclay, 1989). Wiele morderstw, ataków, gwałtów i innych form fizycznej przemocy jest dziełem nie osób o niskiej samoocenie, lecz osób o samoocenie wysokiej, stających w obronie swego „naruszonego” honoru. Przy tym osoby o samoocenie niestącej silniej reagują na sprzężenia zwrotne otrzymywane od innych, a ich samoocena bardziej jest budowana na bieżąco (*on-line*) na podstawie dopływającej z zewnątrz informacji, niż to się dzieje u osób o samoocenie stałej (Kernis i in., 1993).

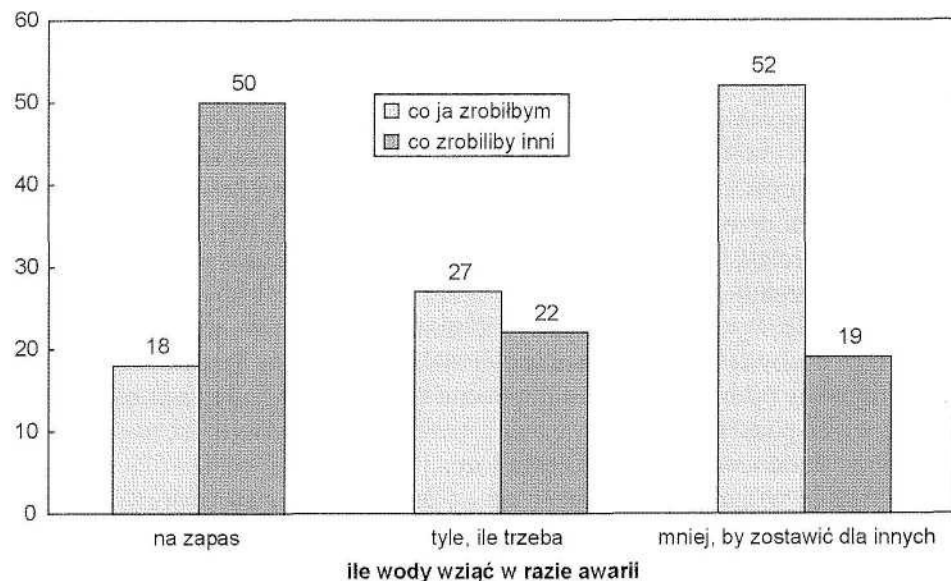
Po trzecie wreszcie, niezależnie od ogólnych przekonań na własny temat, bardzo ważnym zjawiskiem jest regulacja samooceny rozumianej jako bieżący stan (a nie cecha) człowieka. Ludzie są silnie motywowani do myślenia na własny temat i samoocenia, a wielość motywów związanych z tą sprawą, że samoregulacja oceny jest skomplikowanym zjawiskiem i przedmiotem fascynujących badań.

4.2.2. Motywy związane z ja

Cztery główne motywy związane ze strukturą ja, to: autowaloryzacja (dążenie: by ja było pozytywne), auto weryfikacja (dążenie: by ja było wewnętrznie zgodne), samopoznanie (dążenie: by wiedza zawarta w ja była prawdziwa), samonaprawa (dążenie: by ja było faktycznie dobre). Przyjrzymy się każdemu z tych motywów i ich wzajemnym relacjom.

Autowaloryzacja to dążenie do obrony, podtrzymywania lub nasilenia dobrego mniemania o sobie. Motyw ten postulowany był przez dziesiątki autorów, a dosłownie tysiące badań dowodzą, że ludzie przejawiają bardzo konsekwentną skłonność do formułowania pochlebnych sądów na temat własnej osoby. Na przykład Janusz Grzelak pytał respondentów z próby ogólnopolskiej, jak postąpiliby, gdyby na ich osiedlu zdarzyła się awaria wodociągu, a woda byłaby dostarczana beczkowozami (i oczywiście w niewystarczającej ilości, jak to bywa przy takich okazjach). Badani odpowiadali także na pytanie, jak w tej sytuacji postąpiliby inni mieszkańcy osiedla. Rysunek 4.4. ilustruje uderzające różnice w przewidywanych zachowaniach innych ludzi i własnych. Inni byli najczęściej podejrzewani o egoizm: wezmą sobie więcej wody na zapas - w zgodzie z polską normą negatywnego myślenia o świecie społecznym (por. Z ŻY-

Rysunek 4.4. Odsetki osób z próby ogólnopolskiej szacujących jak oni sami i inni zachowaliby się w razie awarii sieci wodociągowej na osiedlu (N = 1600)



Źródło: Wojciszke, Grzelak (1995, s. 47).

CIA 3.b). Co do siebie, badani najczęściej sądzili, że zachowają się altruistycznie i wezmą sobie mniej wody niż trzeba, tak by więcej zostało dla innych. (Ale jak pozostać altruistą w świecie pełnym egoistów?)

Przy tego rodzaju rozbieżności pojawia się oczywiście pytanie, czy człowiek przecenia siebie, czy raczej nie docenia innych? Seria badań Nicholas Epleya i Davida Dunninga (2000) wskazuje konsekwentnie na tę pierwszą możliwość. W jednym z nich uczestnicy przewidywali, jak inni lub oni postąpiliby w grze typu dylemat więźnia, w której wybrać trzeba pomiędzy zachowaniem kooperacyjnym i rywalizacyjnym. Jeszcze inni badani faktycznie rozgrywali grę, co pozwoliło ocenić rzeczywisty odsetek wyborów kooperacyjnych. Wyniósł on 61% i był bardzo zbliżony do tego, co badani przewidywali dla innych (64%), choć odległy od tego, co badani przewidywali dla siebie (84%). Ludzie spostrzegają więc wybory innych w sposób realistyczny, natomiast własne zachowania widzą w nierealistycznie pochlebnym sposób.

Nierealistycznego przeceniania siebie dowodzi też w nieco zabawny sposób efekt bycia lepszym niż przeciętnie. Polegający na tym, że przeciętny człowiek uważa siebie za lepszego niż przeciętnie pod niemalże każdym względem. Przeciętny człowiek uważa, że ma ponadprzeciętne poczucie humoru, jest ponadprzeciętnym kierowcą, ponadprzeciętnie życzliwym, lojalnym, rozważnym i szczerym. Rekordzistami zdają się tu być nauczyciele akademicki: aż 94% spośród nich uważa się za osoby o ponad-

przeciętnych umiejętnościach przekazywania wiedzy (Cross, 1977). Jednak studenci są (swoim zdaniem) wcale nie gorsi - w badaniu około miliona z nich okazało się, iż niemal wszyscy uważają siebie za osoby lepiej niż przeciętnie dające sobie radę w kontaktach z ludźmi, a 60% uważa, że mieści się w górnych dziesięciu procentach ludzi pod tym względem (Dunning, 2001). Efekt bycia lepszym niż przeciętnie jest silniejszy przy cechach pozytywnych niż negatywnych, moralnych niż sprawnościowych oraz kontrolowanych (np. życzliwość) niż niekontrolowanych (np. zdolności). Spada wraz ze spadkiem abstrakcyjności porównań (jest słabszy, gdy porównujemy się z konkretnym studentem, niż ze studentami w ogóle) i wraz ze wzrostem natężenia osobistego kontaktu z obiektem porównań. Efekt bycia lepszym niż przeciętnie jest jednak na tyle silny, że obserwuje się go w większości porównań społecznych (Alicke i in., 1995).

W służbie motywu autowaloryzacji pozostaje poważna część przetwarzania informacji na własny temat. Wiele badań (por. Sedikides, Strube, 1997) przekonuje, że obraz przeszłości jest zniekształcony w pochlebny dla ja sposób - lepiej pamiętane są informacje o własnym sukcesie niż o porażce. Ludzie szybciej przetwarzają pozytywne niż negatywne informacje na swój temat, a te pierwsze przetwarzają też chętniej - np. poświęcają na ich poszukiwanie i czytanie więcej czasu. Dwuznaczną informację chętniej odczytują jako raczej pochlebną, niż niepocholebną dla siebie, zaś własne sukcesy przypisują chętniej sobie niż innym czynnikom, a porażki - odwrotnie (por. zjawisko egotyzmu atrybucyjnego omawiane w poprzednim rozdziale). Własne wady są widziane jako rozpowszechnione, a więc nie takie straszne, zaś własne zalety jako bardziej wyjątkowe, a więc tym cenniejsze. Nawet prototypy kategorii budowane są w sposób pochlebny dla ja: podmiot umieszcza posiadane przez siebie cechy w prototypach kategorii pozytywnych, natomiast kategorie (stereotypy) negatywne zawierają cechy nieprzypisywane własnej osobie. Podobnie, posiadane przez siebie cechy ludzie uważają za ogólnie ważniejsze. Dobrą ilustracją tej ostatniej zasady jest badanie, w którym uczestników zajęć kursu komputerowego dwukrotnie proszono o ocenę ważności umiejętności komputerowych, na początku i na końcu kursu. Przekonanie o ważności umiejętności komputerowych wzrosło u studentów uzyskujących wysokie oceny z zajęć, spadło natomiast u tych, którzy otrzymali oceny niskie (Hill, Smith, Lewicki, 1989). Tak więc same intelektualne narzędzia poznawania świata społecznego - cechy i kategorie - są budowane przez człowieka w sposób umożliwiający mu utrzymanie dobrego mniemania o sobie. Skłonność do upożytywniania obrazu własnej osoby i własnej przeszłości jest tak wszechobecna i silna, że Anthony Greenwald (1980) mówi o *t o t a l i t a r n y m* ego, przyrównując ją do totalitarnego reżimu, z jego skłonnością do zniekształcania i fabrykowania faktów.

Jednak ludzie chcą myśleć o sobie w sposób nie tylko pochlebny, ale i wewnętrznie spójny. Drugi motyw związany ze strukturą ja to *a u t o* -

weryfikacja - dążenie do zgodności między już istniejącymi przekonaniem o sobie, a nowo nadchodzącymi informacjami na własny temat (Swann, 1990). Koncepcja autoweryfikacji jest pewnym uszczegółowieniem przewidywań teorii dysonansu poznawczego - zakłada ona, że ludzie chętniej poszukują i lepiej zapamiętują informacje zgodne, niż niezgodne z już posiadaną koncepcją ja. W przypadku odebrania informacji niezgodnej, ludzie uważniej ją przetwarzają i są bardziej skłonni do kwestionowania jej diagnostyczności (tj. uważania za mało rozstrzygającą) i podważania wiarygodności jej źródła, niż to jest w przypadku informacji zgodnej z przekonaniem na własny temat. Prawidłowości te potwierdza wiele badań Williama Swanna i współpracowników. Nietrudno zauważyć, że u osób o wysokiej samoocenie motyw autowaloryzacji i autoweryfikacji działają w tym samym kierunku. U osób o samoocenie niskiej oba motywy są sprzeczne - informacja pochlebna dla ja powinna być akceptowana z punktu widzenia motywu autowaloryzacji, a odrzucana z punktu widzenia motywu autoweryfikacji (jako niezgodna z ja). Choć badania Swanna sugerują, że ludzie o niskiej samoocenie w jakiejś dziedzinie wolą negatywne niż pozytywne informacje na własny temat, prawidłowość ta jest ograniczona na dwa sposoby. Po pierwsze, autoweryfikacyjne przyjmowanie informacji niepochlebnej, a zgodnej z koncepcją własnego ja, wymaga dysponowania zasobami umysłowymi, stanowiąc reakcję bardziej kontrolowaną i przemyślaną, podczas gdy akceptacja informacji pochlebnej ma charakter bardziej automatyczny czy spontaniczny i ludzie poprzestają na takiej akceptacji, gdy brak im wystarczających zasobów (Swann i in., 1990). Po drugie, należy odróżnić poznawcze reakcje na informacje zwrotne (na wymiarze „wierzę - nie wierzę”) od reakcji emocjonalnych (na wymiarze „cieszy mnie - nienawidzę tego”). Ogólnie rzecz biorąc, akceptacja niepochlebnej choć zgodnej z ja informacji jest bardziej prawdopodobna, jeżeli owa akceptacja ma charakter poznawczy. Jeżeli mierzona reakcja ma charakter emocjonalny, bardziej prawdopodobne jest, że zostanie ona podyktowana motywem autowaloryzacji. Tak więc, gdy idzie o uwierzenie (i poszukiwanie informacji, by wierzyć), osoby o niskiej samoocenie lepiej reagują na informację negatywną niż pozytywną; jednak gdy idzie o cieszenie się (i poszukiwanie informacji, by cieszyć), osoby o niskiej samoocenie lepiej reagują na informację pozytywną niż negatywną.

Trzeci motyw związany ze strukturą ja to samopoznanie, czyli dążenie do pozyskania prawdziwej i dokładnej informacji na temat własnej osoby (Trope, 1986). Posiadanie takiej informacji ma oczywiste znaczenie adaptacyjne - np. wybierając zadania człowiek może dzięki trafnej orientacji w sobie wybierać aktywności, z którymi dobrze sobie poradzi. Stąd też ludzie poszukują diagnostycznych i wiarygodnych informacji na własny temat, nawet jeżeli wiedzą, że informacje te mogą okazać się nieprzyjemne. Wolą zadania, które przyniosą wiarygodny,

choć prawdopodobnie negatywny wynik, niż zadania, które przyniosą wynik mało wiarygodny, choć prawdopodobnie pozytywny. Jednak i tutaj zauważyć trzeba, że wystawianie się na negatywne informacje o sobie wymaga spełnienia pewnych warunków. W eksperymentach wykazujących te efekty albo wzbudzano w badanych osobach niepewność co do posiadania jakiejś cenionej zdolności, albo przedmiotem badania była jakaś nowa, słabo poznana, ale prawdopodobnie wartościowa zdolność. Są to warunki tworzące duże zapotrzebowanie na diagnostyczne informacje (Sedikides, Strube, 1997). Dunning (1995) wykazał ponadto, że ludzie poszukują diagnostycznych informacji na temat jakiejś własnej zdolności (zarówno pochlebnych, jak i niepochlebnych), kiedy są przekonani o możliwości jej kontrolowania i rozwijania. Kiedy jednak sądzą, że z niedoborem danej zdolności nic się nie da zrobić, zaczynają selektywnie zwracać się ku informacjom pochlebnym, nawet gdy są niediagnostyczne.

Czwarty wreszcie motyw, związany ze strukturą ja, to s a m o n a p r a w a - d a ż e n i e do rzeczywistego poprawienia własnych cech, umiejętności, stanu zdrowia, czy dobrostanu. Pewne dane empiryczne przekonują, że uczucie nieadekwatności wzbudza motyw samonaprawy i poszukiwanie informacji, która pozwoli raczej zmienić siebie, niż podnieść o sobie mniemanie, zweryfikować dotychczasowe ja, lub poznać siebie (Taylor, Neter, Wayment, 1995). Jak pamiętamy, również model samoregulacji postulowany przez teorię przedmiotowej samoświadomości postulował w istocie samonaprawę - przez dostosowanie zachowania do własnych standardów. Teoria ta każe przewidywać, iż samonaprawa jest motywem pojawiającym się głównie bądź jedynie w warunkach autokoncentracji, choć brak empirycznych dowodów na to twierdzenie.

Z ocenianiem siebie związane są co prawda aż cztery motywy, jednak wiele danych przekonuje, że najsilniejszym motywem jest autowaloryzacja. Pozostałe albo okazują się zwykle słabsze, kiedy przeciwstawić je autowaloryzacji (Sedikides, 1993), albo występują w ograniczonych warunkach, albo są jedynie krótkotrwałym odstępstwem od reguły dobrego myślenia o sobie po to, by reguła ta mogła obowiązywać w szerszym planie czasowym (Sedikides, Strube, 1997). Samonaprawa może wymagać czasowego narażenia się na nieprzyjemne informacje o sobie, jednak na dłuższą metę rzeczywiste posiadanie zalet jest najlepszą podstawą dobrego myślenia o sobie. Podobnie samopoznanie - uzyskanie orientacji w sobie (własnych cechach, zdolnościach, możliwościach) jest niezbędnym warunkiem takiego kształtowania własnej aktywności, by zakończyła się sukcesem, który jest dobrą podstawą do myślenia o sobie. Wreszcie auto weryfikacja jest wyrazem dążenia do posiadania takiej koncepcji własnego ja, która cechuje się spójnością i konsekwencją, co zapewnia pewien zakres przewidywalności i kontroli nad biegiem wydarzeń, przede wszystkim interakcji społecznych,

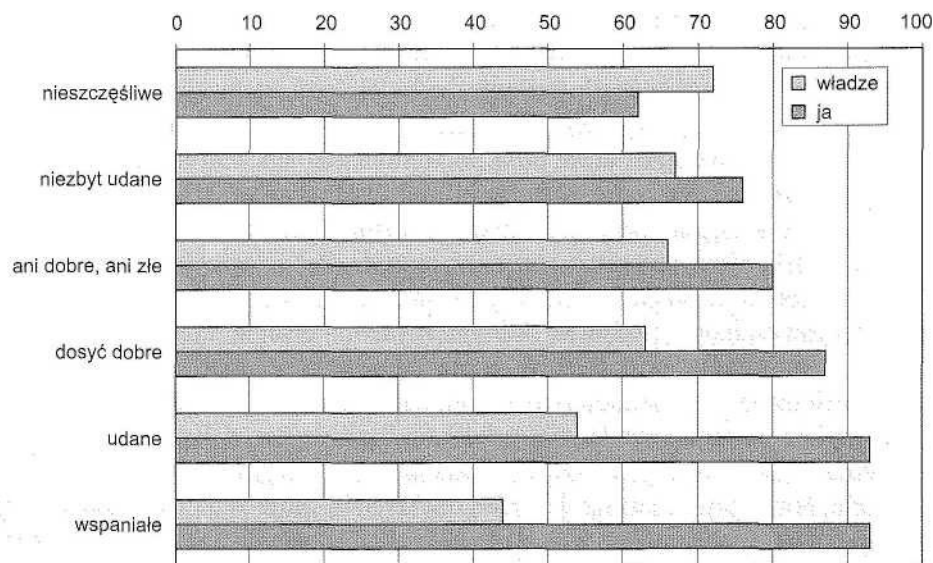
w które jednostka wchodzi. Poznawcza kontrola umożliwia natomiast pozytywne sądy na własny temat.

ZZYCIA4.b Rząd jako chłopiec do bicia

Polacy są ogólnie bardzo złego zdania o swoich politykach, a niemal każdy z demokratycznych rządów sprawujących władzę w latach 90. kończył ze znacznie gorszymi ocenami popularności niż zaczynał. Janusz Czapiński (1998; 2001) wykazał, że jest to w dużym stopniu przejawem niejednakowego spostrzegania przyczyn własnego stanu przez osoby zadowolone i niezadowolone ze swego życia. Jak wskazuje rys. 4.5, osoby zadowolone z życia, częściej przypisują odpowiedzialność za swój stan sobie niż „władzom”, natomiast osoby niezadowolone z życia częściej przypisują odpowiedzialność władzom niż sobie. Dopóki człowiek jest niezadowolony z własnego życia (a także, czego już rysunek nie przedstawia, doświadcza różnych stresów życiowych, nie ma pracy, a nawet... nie awansuje w pracy), dopóty odpowiedzialnością obarcza za to władze. Kiedy już jednak stanie się zadowolony z życia, sam zaczyna się czuć jego autorem i większą odpowiedzialność upatruje w sobie, niż we władzach. Ponieważ przypisywanie odpowiedzialności za własne życie pozostaje pod silnym wpływem autowaloryzacji, władze są widziane jako sprawca jedynie złych, ale nie dobrych rzeczy w życiu, co Czapiński nazywa zjawiskiem niewdzięczności społecznej.

Badania Czapińskiego dowodzą jednak czegoś więcej niż sam egotyzm atrybucyjny, omawiany w poprzednim rozdziale. Wskazują mianowicie, że ludzie są faktycznie autorami swojego poczucia szczęścia, podczas gdy w nieszczęście popadają za sprawą czynników zewnętrznych, takich jak przypadłość losu czy niekompetencja lub wrogość innych. Hipotezę tę autor sprawdzał w badaniu panelowym, tj. na tej samej próbie ogólnopolskiej badanej dwukrotnie w latach 1995 i 1996. Pozwoliło to wyodrębnić grupy osób, u których nastąpił spadek lub wzrost dobrostanu psychicznego (którzy byli mniej lub bardziej szczęśliwi w roku 1996 niż rok wcześniej), a także zbadać, od

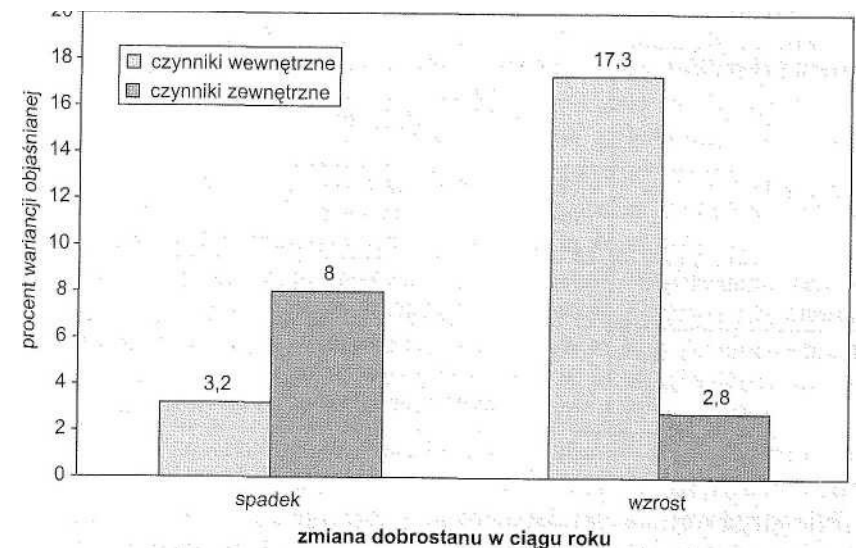
Rysunek 4.5. Odsetki osób z próby ogólnopolskiej przypisujące władzom i sobie samym odpowiedzialność za jakość własnego życia w zależności od oceny całego dotychczasowego życia w roku 2000 (N > 1500)



Źródło: Czapiński (2001, s. 46).

czego wielkość owego spadku lub wzrostu zależy. Wyznaczniki spadku i wzrostu podzielono na czynniki wewnętrzne (wyjściowy poziom wskaźników dobrostanu) i czynniki zewnętrzne (liczba stresujących lub dobroczynnych wydarzeń życiowych, zmiana wysokości dochodów oraz początkowe wartości tych zmiennych). Jak przedstawia rys. 4.6., spadek poczucia szczęścia w ciągu roku był silniej uwarunkowany czynnikami zewnętrznymi niż wewnętrznymi, natomiast wzrost poczucia szczęścia był nieporównanie silniej uwarunkowany czynnikami wewnętrznymi niż zewnętrznymi. Identyczne wyniki uzyskano także przy porównaniach dokonywanych na innych próbach i w innych latach. Warto podkreślić, że wyniki z rysunku 4.6. nie przedstawiają subiektywnych przekonań osób badanych, na temat tego, co spowodowało spadek lub wzrost poczucia ich szczęścia, lecz faktyczne predyktory („przewidywacze”) spadku lub wzrostu szczęścia w ciągu roku, wyodrębnione drogą analiz statystycznych (czynniki objaśniające wzrost lub spadek poczucia szczęścia w analizach regresji wielokrotnej).

Rysunek 4.6. Siła wpływu czynników zewnętrznych na spadek i wzrost poczucia szczęścia w ciągu roku w tej samej, dwukrotnie badanej próbie ogólnopolskiej (N>1000)



Wskaźnikiem siły wpływu jest procent wariancji spadku lub wzrostu poczucia szczęścia wyjaśniany wprowadzanymi do analizy regresji czynnikami wewnętrznymi i zewnętrznymi. Źródło: Czapiński (1998, s. 13).

4.2.3. Mechanizmy autowaloryzacji

Autowaloryzacja dochodzi do skutku nie tylko na mocy formułowania prostych, pozytywnych sądów na temat własnej osoby, ale także dzięki złożonym i rozbudowanym mechanizmom psychologicznym. Najważniejsze z nich wymienione są w tabeli 4.1. Niektóre z nich były już wzmiankowane w tym i poprzednich rozdziałach (autoprezentacja omawiana jest w dalszej części tego rozdziału). Obecnie skupimy uwagę na porównaniach społecznych, redukowaniu dysonansu oraz autoafirmacji.

Tabela 4.1. Najważniejsze mechanizmy autowaloryzacji (utrzymywania, obrony i podwyższania poczucia własnej wartości) i ich główne przejawy

Mechanizm	Przejawy
definiowanie własnego ja	• ogólnie ważnymi (i wyjątkowymi) cechami są własne zalety • ogólnie nieważnymi (i powszechnymi) cechami są własne wady
tendencyjne przetwarzanie informacji o sobie	• pochlebne sądy o sobie • pochlebne zniekształcenia pamięci i znaczenia danych • efekt bycia lepszym niż przeciętnie
realizacja zadań i atrybucje osiągniętych wyników	• dążenie do sukcesów • unikanie porażek • egocentryczny wzorzec atrybucji
porównania społeczne (MUS model utrzymywania samooceny)	• niekorzystne porównania społeczne a pławienie się w cudzej chwale • modyfikująca rola bliskości ja-inny, ważności dziedziny dla ja i poziomu wyników (faktycznych lub ocenianych)
dysonans poznawczy	• dysonans i jego redukcja pojawiają się gdy: - rozbieżności są ważne (dotyczą ja) - ja jest odpowiedzialne za ich wystąpienie (swoboda wyboru)
autoafirmacja	• ekspresja cenionych wartości (przez ich obronę lub realizację w zachowaniu) • przeniesienie uwagi na pozytywny aspekt ja
tożsamość społeczna (grupowa)	• faworyzacja grupy własnej (naszych) • deprecjacja grupy obcej („onych”)
autoprezentacja	• wywieranie korzystnego wrażenia na innych przez: - obronne strategie autoprezentacji - asertywne strategie autoprezentacji

Porównania społeczne to porównania siebie z innymi. Nie ulega wątpliwości, że autowaloryzacja jest podstawowym motywem rządzącym porównaniami społecznymi - są one dokonywane w taki sposób, by porównujący stosunkowo dobrze wypadł na tle innych, szczególnie w sytuacji zagrożenia samooceny (Wills, 1991). Wiele badań dowodzi, że temu właśnie służy wybór osób do porównań (gorszych od siebie) oraz fabrykowanie nowych obiektów porównań, gdy takich gorszych osób nie ma pod ręką. Temu służy też wybór porównywanych aspektów, lub zaprzeczanie ważności aspektów, z uwagi na które porównania wypadają niepomyślnie, a czasami po prostu unikanie porównań, gdyby miały się okazać niepomyślne (por. Biernat, Billings, 2001). Sformułowany przez Abrahama Tessera (1988) model utrzymywania samooceny (MUS) zakłada, że jeżeli inna osoba uzyskuje wyniki wyższe od jednostki, jednostka traci na samoocenie. Spadek samooceny w wyniku porównań jest tym większy, im większy jest sukces innej osoby oraz im bliższa jednostce jest owa osoba. Jednak

cudze sukcesy są nie tylko zagrażające, ale stanowią też sposobność do podniesienia samooceny dzięki pławieniu się w cudzej chwale, czyli świeceniu odbitym blaskiem. Jak już wspomniałem, Robert Cialdini i współpracownicy (1976) wykazali to zjawisko w badaniach, gdzie zliczano, ilu studentów pojawiało się ubranych w koszulki swego uniwersytetu w niedzielne po niedzielnych meczach futbolowych. Po meczu wygranym przez drużynę własnego uniwersytetu liczba studentów ubierających się w te koszulki rosła (a podczas wywiadów telefonicznych mieli skłonność do wypowiedzi „my wygraliśmy”). Po meczu przegranym, liczba zakładających koszulki spadała i mieli oni skłonność do wypowiedzi typu „oni przegrali”. Przyrost samooceny wskutek pławienia się w cudzej chwale jest tym większy, im większy jest sukces innej osoby oraz im bliższa jednostce owa osoba - stąd utożsamianie się kibiców z „własną” drużyną, szczególnie, gdy wygrała. Tak więc cudze sukcesy mogą samoocenę podwyższać (na mocy pławienia się w cudzej chwale), lub obniżać (na mocy porównań społecznych).

MUS zakłada, że czynnikiem decydującym o wystąpieniu jednego bądź drugiego procesu jest osobista istotność dziedziny, której sukces dotyczy. Jeżeli dziedzina jest istotna dla ja, jednostka sama dąży do wysokich w niej wyników, bowiem opiera na nich samoocenę. W dziedzinie istotnej dla ja cudzy sukces zagraża więc samoocenę i procesy porównań społecznych przeważają nad pławieniem się w cudzej chwale. Jeżeli dziedzina jest nieistotna dla ja, jednostka nie definiuje się przez jej pryzmat i nie opiera poczucia własnej wartości na wynikach uzyskiwanych w jej obrębie. Cudzy sukces nie zagraża więc samoocenę, a pławienie się w cudzej chwale przeważa nad porównaniami społecznymi. Na tej zasadzie przechwalamy się siostrą świetnie grającą na skrzypcach, albo kolegą ze szkoły, który został ministrem (jeżeli sami nie mamy aspiracji ani wiolinistycznych, ani politycznych).

Aby podtrzymać samoocenę i osłabić czyhające na nią zagrożenia, człowiek może - zgodnie z MUS-em - wykonywać trojaki rodzaj zabiegów. Po pierwsze, może starać się zmniejszyć bądź zwiększyć różnicę między wynikami własnymi i cudzymi. Choć zdrowy rozsądek podpowiada, iż przyjaciółom zawsze pomagamy bardziej niż nieznajomym, MUS zakłada, że tak się dzieje tylko wtedy, gdy sukces przyjaciela nie zagrazi naszej samoocenie, dzięki temu, że dotyczy dziedziny dla nas nieistotnej. Kiedy jednak dotyczy dziedziny, w której sami mamy aspiracje do wysokich wyników, sukces bliskiego przyjaciela jest bardziej dla nas zagrażający niż sukces odległego nieznajomego. W zgodzie z tym rozumowaniem, Tesser wykazał, że w takiej sytuacji ludzie chętniej pomagają nieznajomemu niż przyjacielowi, choć przyjacielowi pomagają chętniej w dziedzinie nieistotnej dla ja (ponieważ mogą „kapać się” w jego chwale). Podobna logika rządzi także zawyżaniem i zaniżaniem oceny cudzych wyników, co wykazały badania na dzieciach ze szkoły podstawowej (Tesser, Campbell, Smith, 1984). Każde dziecko wskazywało na dostarczonej przez badaczy liście aktywności

tę, która była dla niego najważniejsza (np. gra w piłkę) i najmniej ważna (np. arytmetyka). Wskazywało też najbliższego sobie i najdalszego ucznia z klasy czyli rówieśnika, z którym najbardziej i najmniej lubiło wspólnie spędzać czas. W tydzień później dzieci oceniały poziom wyników osiąganych w dziedzinach istotnych i nieistotnych przez siebie oraz przez rówieśników najbliższych i najdalszych. Zgodnie z logiką MUS-u, w dziedzinie istotnej dzieci oceniały swoje wyniki jako wyższe od wyników przyjaciela, podczas gdy w dziedzinie dla siebie nieistotnej oceniały wyniki przyjaciela jako wyższe od własnych. Wyniki dzieci najdalszych (nielubianych) były natomiast oceniane jako gorsze od własnych niezależnie od dziedziny.

Po drugie, człowiek może nasilić lub osłabić bliskość w stosunku do innej osoby. Bliskość jest zagrażająca, jeżeli drugi człowiek odnosi sukcesy w dziedzinie, w której sami aspirujemy do wysokich wyników. W takiej sytuacji sposobem na uniknięcie niekorzystnych porównań będzie zanik bliskości. W zgodzie z tym rozumowaniem, Tesser (1980) wykazał, że rodzeństwo jest sobie szczególnie bliskie, gdy każde z rodzeństwa angażuje się i odnosi sukcesy w odmiennych dziedzinach - np. jedno jest sportowcem, a drugie muzykiem. Jeżeli oboje z rodzeństwa angażują się w tej samej dziedzinie, odczuwana bliskość emocjonalna między nimi spada. Eleganckie laboratoryjne potwierdzenie tej tezy uzyskali Pleban i Tesser (1981) w eksperymencie, którego uczestnicy brali udział w quizie, gdzie druga, nieznajoma osoba wypadała zdecydowanie lepiej lub gorzej od badanego i to w dziedzinach, które dla badanego były istotne lub nieistotne (oczywiście, były to różne dziedziny dla różnych osób badanych). Przedmiotem zainteresowania badaczy była bliskość mierzona jako dostrzegane przez badanego podobieństwo między sobą a nieznanym partnerem oraz jako odległość w centymetrach, w jakiej badany zasiadał od tego partnera. Kiedy przewaga partnera nad badanym rosła w dziedzinie istotnej, badany widział coraz mniejsze podobieństwo i siadał coraz dalej od partnera. Gdy jednak pytania dotyczyły dziedziny nieistotnej, wzrost przewagi wyników partnera powodował wzrost spostrzeganego podobieństwa i skłonności badanego do siadania blisko niego.

Trzeci rodzaj manewrów podtrzymujących samoocenę, to zmiany spostrzegania dziedziny jako istotnej lub nieistotnej dla definicji własnego ja. Jeżeli bliska osoba uzyskuje wyniki lepsze od naszych to lepiej, aby ta dziedzina stała się dla nas mniej istotna - wówczas sukcesy tej osoby nie tylko nie zagrażają naszej samoocenie, lecz ją podwyższają dzięki zapożyczeniu cudzej chwały. Odwrotnie gdy nasze wyniki są wyższe - wówczas lepiej myśleć o danej dziedzinie jako bardzo ważnej, dzięki czemu podtrzymana zostanie i nasza samoocena, i bliskość z ową osobą. Przewidywania te potwierdzili Tesser i Paulhus (1983) w badaniu, którego uczestnicy parami rozwiązywali test mierzący pewną fikcyjną cechę nazwaną uczenie „integracja poznawczo-percepcyjna” i równie uczenie, a niejasno scharakteryzowaną przez badaczy. Sytuację zaaranżowano w ten sposób, że badany wypadał

lepiej lub gorzej od nieznanego partnera przedstawianego jako ktoś podobny, albo niepodobny pod względem wieku, zainteresowań i osobowości (w ten sposób manipulowano subiektywną bliskością w stosunku do partnera). Na zakończenie mierzono na różne sposoby przekonania badanych o ważności „integracji poznawczo-percepcyjnej” jako cechy człowieka. Okazało się, że badani wypadający lepiej od partnera uważali tę cechę za ogólnie ważniejszą niż ci, którzy wypadli gorzej. Zgodnie z MUS, skłonność ta rosła, gdy nieznanemu partnerowi był spostrzegany jako bliski.

MUS i liczne potwierdzające go dane przekonują, że sposób spostrzegania i traktowania bliźnich jest w dużym stopniu podporządkowany naszemu dążeniu do podtrzymania pozytywnej samooceny. Także unikanie i redukcja dysonansu poznawczego może być spektaklem napędzanym motywem autoafirmacji. Choć pierwotna wersja teorii dysonansu (por. *KONCEPCJA I*) nie wspomina

o samoocenie, wielu badaczy zakładało jej istotną rolę w powstawaniu

1 redukcji dysonansu. Zapewne pierwszy był tu Andrzej Malewski (1962), który wskazał, że dysonans decyzyjny jest prawdopodobny bardziej lub wyłącznie u osób o pozytywnej samoocenie. Ten rodzaj dysonansu jest wywołany sprzecznością między wybraniem jakiejś możliwości a jej wadami i zaletami możliwości odrzuconych, a ogólniej - przekonaniem, że źle się wybrało. Przekonanie to jest dysonansowe jedynie dla osób o wysokiej samoocenie; dla osób o samoocenie niskiej jest ono jeszcze jednym powodem, by myśleć o sobie niepochwlebnie. Podobną logikę zastosował Aronson (2000) w odniesieniu do dysonansu wywołanego postępowaniem sprzecznym z własną postawą. Jeżeli student uważa, że płacone przezeń czesne jest zbyt wysokie, a na prośbę badacza pisze esej opowiadający się za podniesieniem takich opłat, to powstała rozbieżność zagraża jego samoocenie (kim jestem, że wypisuję takie głupstwa albo nieprawdę?). Odwołanie zachowania lub zmiana postawy uzgadniająca ją z zachowaniem to postępowanie, które zarówno redukuje dysonans, jak i pozwala przywrócić dobre mniemanie o sobie. Trudno rozstrzygnąć, który z tych motywów leży za podysonansową zmianą postaw, tym bardziej, że już Festinger (1957) postulował, iż dysonans wywołują jedynie niezgodności ważne, te zaś są zawsze w ten czy inny sposób powiązane z ja. Porównywanie osób o wysokiej i niskiej samoocenie nie jest dobrym sposobem rozstrzygania tej kwestii, ponieważ, jak wskazywaliśmy, osoby o samoocenie wysokiej co prawda dobrze myślą o sobie, jednak problem polega na tym, że osoby o samoocenie niskiej nie tyle myślą o sobie źle, co są niepewne własnej wartości. Stąd też cenne jest zupełnie inne podejście do tego problemu, jakie zastosował Claude Steele (1988) w badaniach nad autoafirmacją.

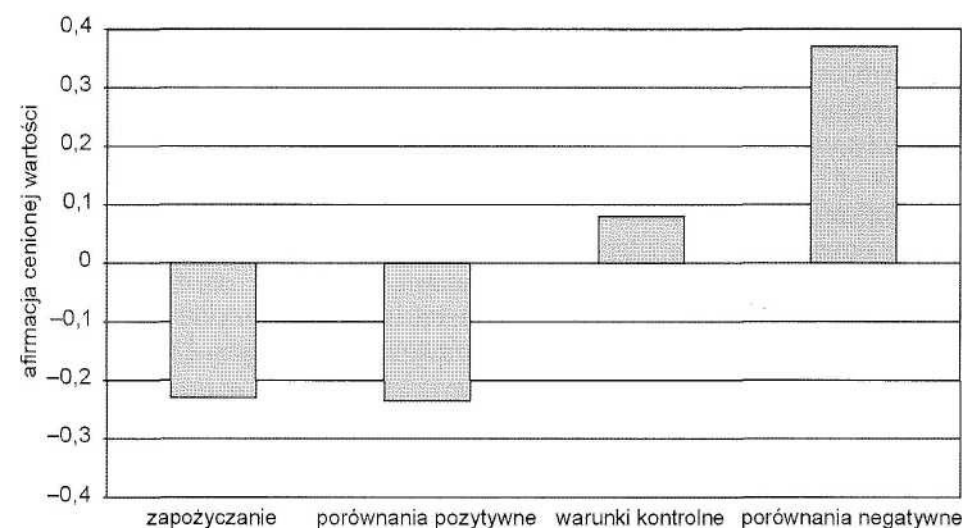
Autoafirmacja to potwierdzanie integralności, czyli

ogólnej wartości własnej osoby jako kogoś „dobrze przystosowanego i moralnego, a więc sprawnego, dobrego, wewnętrznie spójnego,

zdołnego do dokonywania wolnych wyborów, sprawowania kontroli nad ważnymi zdarzeniami itd." (Steele, 1988, s. 262). Ponieważ idzie tu o ogólną wartość własnej osoby, może ona być potwierdzana na nieskończenie wiele sposobów, jak odnoszenie sukcesów, angażowanie się w moralne postępowanie, czy wyrażanie wartości, w które człowiek wierzy i z którymi się utożsamia. Liczne badania Steele'a pokazują, że wykonanie dowolnego aktu autoafirmacji uodparnia ludzi na popadanie w stan dysonansu. W jednym z nich uczestników nakłoniono do pisania eseju przekonującego do zaprzestania państwowych dotacji programów pomocy dla osób niepełnosprawnych. Spowodowało to poddysonansową zmianę postawy badanych w kierunku uzgodnienia jej z esejem. Jednak nie stwierdzono śladu takiej zmiany u osób, które mogły potwierdzić wartość swojej osoby, oferując pomoc na rzecz osób niewidomych (Steele, Liu, 1983). Przed popadaniem w dysonans chroni także ekspresja ważnych wartości, z którymi człowiek się utożsamia - np. pisanie argumentacji dlaczego należy chronić przyrodę, albo rozwijać przemysł (w zależności od tego, w co kto wierzy), a zapewne i noszenie kolczyków w nosie dopasowanych kolorystycznie do przefarbowanych na zielono włosów (jeżeli ktoś jest nastolatkiem niepotrafiącym w inny sposób wyrazić swego umiłowania wolności). Zresztą wszelkie zagrożenia poczucia własnej wartości (wywołane nie tylko dysonansem) owocują przeniesieniem uwagi (treści myśli) z zagrażającego na jakiś inny, pozytywny aspekt własnej osoby. Czasami prowadzą wręcz do wytworzenia takiego podbudowującego aspektu - np. osoby zwymyślane od złych kierowców chętniej spełniają drobną prośbę, niż osoby pochwalone lub takie, na których poczucie wartości w żaden sposób nie wpływało (Steele, 1975).

Podbudowanie własnej samooceny za pomocą wyrażania cenionych wartości jest mechanizmem jakościowo różnym od redukcjonowania dysonansu, od porównań postulowanych przez MUS, czy pozostałych mechanizmów wymienionych w tabeli 4.1. Mechanizmy te są na pozór tak różne od siebie, jak struś, łos i inne zwierzęta zamieszkujące ogród zoologiczny - Tesser i współpracownicy (2000) mówią tu o „self-zoo”. A jednak różne mechanizmy autowaloryzacji są równoważne, o czym świadczy ich wzajemna zastępowalność - podbudowanie samooceny za pomocą jednego z mechanizmów osłabia (czasowo) tendencję do ujawniania się pozostałych. Cytowane badania Steele'a przekonują, że autoafirmacja chroni przed dysonansem, a w każdym razie przed angażowaniem się w jego redukcjonowanie. Natomiast seria badań Tessera i in. (2000) przekonuje, że przeżywanie dysonansu nasila autoafirmację oraz efekty postulowane przez MUS (spadek bliskości odczuwany w stosunku do osoby wypadającej lepiej od podmiotu w dziedzinie istotnej dla jego ja, a wzrost bliskości w stosunku do osoby lepszej w dziedzinie nieistotnej), zaś angażowanie się w porównania społeczne warunkuje skłonność do autoafirmacji.

Badanie dowodzące ostatniej prawidłowości polegało na tym, że jego uczestnicy proszeni byli o przypomnienie sobie i opisanie jednego z na-



stępujących wydarzeń z przeszłości: (1) kiedy pracowali wspólnie nad jakimś ważnym dla siebie zadaniem z bliską sobie osobą i ta osoba wypadła lepiej (negatywne porównania społeczne); bądź (2) ta osoba wypadła gorzej (pozytywne porównania społeczne); bądź też (3) pracowali z kimś bliskim i lepiej wypadającym od nich, ale nad zadaniem, które nie było osobiście ważne dla nich samych (zapożyczanie cudzej chwały); bądź też (4) opisywali ostatnie wakacje (warunki kontrolne). Kiedy już badani skończyli pisać, dostawali następne zadanie umożliwiające pomiar ich tendencji do autoafirmacji. Mianowicie otrzymywali spis 18 wartości ostatecznych ze skali Rokeacha (por. rozdz. 5.1.1) i porządkowali je wedle stopnia osobistej ważności, a następnie pisali esej przekonujący, dlaczego należy postępować zgodnie z ich wartością numer dwa w hierarchii. Na zakończenie odpowiadali na szereg pytań dotyczących tego, jak bardzo starali się ową wartość obronić, na podstawie czego skonstruowano wskaźnik przejawianej przez afirmacji wartości. Jak pokazuje rysunek 4.7, najsilniejszą afirmację wartości przejawiali badani z warunków negatywnych porównań społecznych, których samoocena najbardziej ucierpiała wskutek wspomnień. Najsłabszą afirmację przejawiali natomiast badani z warunków zapożyczania cudzej chwały i warunków porównań pozytywnych, których samoocena - w myśl logiki MUS - została podbudowana treścią wspomnień.

Zastępowalność różnych mechanizmów autowaloryzacji nie ogranicza się do unikania dysonansów, autoafirmacji i manewrów postulowanych przez MUS. Badania pokazują, że taki przejaw autowaloryzacji, jak obniżanie

Rysunek 4.7. Natężenie afirmacji, wysoce cenionej wartości u badanych, których samoocena została podwyższona (zapożyczanie, porównania pozytywne), bądź obniżona (porównania negatywne) opisywanymi wcześniej wspomnieniami

wartości członków grupy obcej zanika u osób, które bezpośrednio przed wydawaniem ocen otrzymały informację, że świetnie wypadły w wykonywanym przedtem zadaniu (Nawrocka, 2001), zaś jeszcze inny przejaw autowaloryzacji w postaci nadmiernej pewności formułowanych sądów zanika pod wpływem autoafirmacji (Blanton i in., 2001). Wszystkie te dane sugerują, że dowolny sposób utwierdzenia się przez człowieka we własnej wartości powoduje czasowy zanik skłonności do angażowania się w inne sposoby jej potwierdzania. To zaś wskazuje, że ludzie nie maksymalizują poczucia własnej wartości, lecz jedynie podtrzymują je na zadowalającym poziomie. Motyw autowaloryzacji jest więc podobny do gaszenia pragnienia - skoro już ugasiłszy je herbatą, to przynajmniej przez jakiś czas nie musimy pić ani herbaty, ani żadnego innego napoju.

4.2.4. Dlaczego chcemy dobrze o sobie myśleć?

Przytaczane uprzednio dane pokazują, że ludzie z wielkim zapałem wykonują wiele zróżnicowanych manewrów pozwalających im na obronę i utrzymanie wysokiej samooceny. Nie ulega też wątpliwości, że cel ten udaje się im osiągnąć. Na przykład badania ponad 5000 pracowników polskich instytucji finansowych ujawniają, że zaledwie 4% ludzi uważa siebie za złych pracowników, a wszyscy pozostali uważają, że zasługują na ocenę dobrą lub bardzo dobrą, choć są znacznie mniej entuzjastyczni przy ocenie własnego szefa (aż 27% ocenia go jako złego pracownika - Wojciszke, Szynkiewicz, 2002).

Dlaczego jednak ludzie tak bardzo pragną dobrze o sobie myśleć? Pierwsza przychodząca na myśl odpowiedź - że jest to przyjemne - nie wydaje się zadowalająca, jako że zaraz nasuwa kolejne pytanie - dlaczego dobre myślenie o sobie jest tak przyjemne? Psychologia daje tu co najmniej trzy odpowiedzi.

Po pierwsze, pozytywna samoocena jest dla jednostki pożyteczna, ponieważ przyczynia się do osiągnięcia przez nią różnego rodzaju celów. Jak już wskazywaliśmy, wysoka samoocena podnosi oczekiwanie sukcesu, to zaś przyczynia się do wzmożonych wysiłków i lepszych wyników. Na podobnej zasadzie ludzie o pozytywnej samoocenie mogą doświadczać lepszych kontaktów społecznych. Sprzężenia zwrotne otrzymywane od innych są zwykle dość wieloznaczne - jednoznacznie pozytywne są rzadkie w obawie przed posądzeniem o lizusostwo, jednoznacznie negatywne są rzadkie w obawie przed odwetem. Stąd samoocena odgrywa rolę czynnika rozwiązującego dwuznaczność na zasadzie asymilacji, czyli „podciągania” danych dwuznacznych do istniejących już sądów na własny temat. W konsekwencji, osoby o wysokiej samoocenie przekonane są, że inni lepiej ich oceniają niż sądzą to osoby o samoocenie niskiej. Tak więc pozytywna samoocena może się u ludzi utrwać na

zasadzie warunkowania sprawczego, dzięki któremu utrwalają się wszelkie reakcje prowadzące do nagradzających efektów. Wyjaśnienie to jest jednak niewystarczające, ponieważ wysoka samoocena prowadzi często do nierealistycznego optymizmu (przeceniania własnych szans i możliwości), wskutek czego osoby o samoocenie wysokiej mogą podejmować się zbyt ambitnych zadań i nadmiernie długo trwać przy próbach realizacji niewykonalnych zadań, jak wykazali McFarlin, Baumeister i Blascovich (1984).

Po drugie, pożytywna samoocena jest buforem chroniącym jednostkę przed lękiem, przede wszystkim lękiem przed śmiercią. Zakłada to teoria opanowywania trwogi (Pyszczynski, Greenberg, Solomon, 1997), której punktem wyjścia jest obserwacja, że wskutek połączenia autorefleksji ze zdolnością do myślenia abstrakcyjnego i przewidywania przyszłych wydarzeń u ludzi powstał specyficzny problem w postaci świadomości, że własna śmierć jest nieuchronna. Świadomość ta jest silnie lękotwórcza i demotywuująca aby sobie z tym poradzić, ludzie wytworzyli dwie powszechnie występujące adaptacje: światopoglądy i dążenie do wysokiej samooceny. Wszystkie kultury wytwarzają jakieś światopoglądy, a więc zbiory przekonań i wierzeń objaśniających porządek świata i dostarczających wzorca życia godziwego. Spełnienie tego wzorca zapewnia nieśmiertelność, albo w sensie symbolicznego utożsamienia się z kulturą, której trwanie wykracza poza zakres krótkiego życia jednostki, albo w sensie dosłownym - jako nagroda życia wiecznego (jak w chrześcijaństwie). Dążenie do wysokiej samooceny przyjmuje w różnych kulturach różne postaci, bowiem rozmaite kultury przyjmują odmienne wzorce życia godziwego. Jednak samo dążenie jest powszechne, ponieważ wysoka samoocena jest sygnałem nieśmiertelności i dzięki temu chroni przed trwogą w obliczu myśli o własnej śmiertelności. Chroni także przed innymi lękami, bowiem trwoga przed śmiercią jest najbardziej pierwotnym, prototypowym rodzajem leku. W zgodzie z tym rozumowaniem pozostają liczne badania wykazujące, że niska samoocena współwystępuje z nieadekwatnymi reakcjami na stres, złym stanem zdrowia somatycznego oraz złym samopoczuciem psychicznym (Solomon, Greenberg, Pyszczynski, 1991).

Teoria opanowywania trwogi pozwala też na oryginalne przewidywania, że: (1) wzmocnienie samooceny osłabia lęk wywołany myślami o śmierci; (2) wzmocnienie samooceny osłabia lęk wywołany innymi zagrożeniami; (3) myśli o śmierci nasilają akceptację światopoglądu własnego i pozytywne reakcje na innych jego współwyznawców; (4) myśli o śmierci nasilają odrzucanie alternatywnych światopoglądów i negatywne reakcje na ich współwyznawców. Każde z tych twierdzeń potwierdza duża liczba badań, w których wywoływano u ludzi lęk przed śmiercią, pokazując ułamki filmu przedstawiającego sposoby umierania w różnych kulturach, albo prosząc badanych, by dokładnie opisali, co stanie się z ich ciałem w trzy miesiące po śmierci. Zabiegi takie wywoływały oczywiście silny lęk - mierzony zarówno

samoopisami; jednak lęk ten spadał, jeżeli przed myślami o śmierci badani otrzymywali wsparcie samooceny w postaci informacji o tym, że świetnie wypadli w ważnym teście rozwiązywanym kilka dni wcześniej. Teoria opanowywania trwogi ma rozległe i zróżnicowane wsparcie empiryczne, nie ma jednak charakteru ogólnej teorii samooceny - np. nie jest w stanie wyjaśnić większości omawianych wyżej zjawisk.

Trzecia odpowiedź na pytanie, dlaczego ludziom tak bardzo zależy na pozytywnej samoocenie, to koncepcja samooceny jako socjometru, czyli wskaźnika bieżącej akceptacji jednostki przez jej otoczenie społeczne (Leary, Downs, 1995). Ogromna ilość badań nie tylko psychologicznych przekonuje, że ludzie mają silną potrzebę przynależności i utrzymywania więzi społecznych. Ludzie wyewoluowali w okresie plejstocenu jako gatunek żyjący w kilkudziesięciosobowych grupach, a przetrwanie możliwe było tylko w grupie. Mogło to prowadzić do wykształcenia się mechanizmów pozwalających uniknąć wykluczenia z grupy. Leary i Downs zakładają, że mechanizmem takim jest właśnie samoocena funkcjonująca jako „socjometr, który (1) monitoruje otoczenie społeczne z uwagi na wskaźniki dezaprobaty, odrzucenia i wykluczenia oraz (2) sygnalizuje jednostce wystąpienie takich wskaźników za pośrednictwem negatywnej reakcji afektywnej” (ibidem, s. 129). Tego rodzaju myślenie ewolucjonistyczne trudno rzecz jasna bezpośrednio zweryfikować. Jednakże wiele badań pośrednio dowodzi trafności pojmowania samooceny jako socjometru. Np. zachowania powodujące spadek samooceny lub budzące takie emocje, jak wstyd, depresja i poczucie bezwartościowości, to jednocześnie zachowania prowadzące do odrzucenia przez innych, zaś odrzucenie społeczne prowadzi do czasowego obniżenia samooceny i negatywnych uczuć na własny temat (Leary i in., 1995).

4.3. AUTOPREZENTACJA: KSZTAŁTOWANIE WŁASNEGO WIZERUNKU

Dwa ostatnie podrozdziały wskazują, jak wiele ludzie są w stanie zrobić, by dobrze myśleć o sobie. Obecny podrozdział pokaże, że ludzie są w stanie bardzo wiele uczynić również po to, by inni myśleli o nich pozytywnie. Zajmiemy się teraz autoprezentacją, czyli kształtowaniem (kontrolą) sposobu, w jaki spostrzegają nas inni ludzie.

4.3.1. Życie społeczne jako przywdziewanie masek

Klasyk socjologii Erving Goffman (1959/2000) w swej pracy zatytułowanej znaniecznie *Człowiek w teatrze życia codziennego* przyrównywał życie społeczne do spektaklu teatralnego. Niczym aktor na scenie, uczestnik interakcji

społecznych dba o wrażenie wywierane na innych, zabiegając za pomocą rekwizytów, makijażu, strojów, aranżacji sceny, a przede wszystkim własnej gry (wypowiedzi i zachowań), aby wrażenia odnoszone przez innych były zgodne z jego zamiarami. Tego rodzaju poglądy pojawiały się także w psychologii w postaci założenia, że autoprezentacją jest „równie naturalna jak oddychanie” i stanowi nieodłączny składnik ludzkich interakcji (Schlenker, 1980). Większość autorów zakłada jednak bardziej ograniczoną wizję autoprezentacji jako zjawiska wprawdzie częstego, ale nie uniwersalnego.

Podsumowując refleksje i wyniki wielu badaczy, Mark Leary i Robin Kowalski (1990) wskazują, że duża częstość autoprezentacji wynika z tego, iż kształtowanie wizerunku własnej osoby w oczach innych pozostaje w służbie trzech ważnych motywów: (1) osiągnięcia materialnych i społecznych korzyści, których pozyskanie jest uzależnione od innych ludzi; (2) autowaloryzacji, czyli utrzymywania i/lub podwyższania poczucia własnej wartości; oraz (3) kształtowania pożądanego tożsamości osobistej. Niezliczona ilość obserwacji przekonuje, że ludzie starają się zmaksymalizować swoje zyski, a zminimalizować straty za pomocą różnego rodzaju zachowań, także autoprezentacyjnych. Jednakże autoprezentacją jest podejmowana także wtedy, gdy nie przynosi żadnych namacalnych zysków - np. gdy osoby z widowni nie kontrolują istotnych dla nas stanów rzeczy, a nawet gdy już nigdy potem tych osób nie spotkamy. Niemniej jednak pozytywna opinia innych pozostaje cenna, ponieważ pozwala utrzymywać jednostce pochlebne zdanie na własny temat. Inne osoby - i ich opinie, które staramy się kształtować - są też niezbędne do wykształcenia lub utrzymania jakiejś pożądanego tożsamości. Nie sposób być wnikliwym psychologiem, świetnym naukowcem, czy mistrzem w tenisa, jeżeli nikt inny nie podziela tej opinii. Stąd też często staramy się zaprezentować innym w taki sposób, który potwierdza nasze aspiracje do jakiejś tożsamości. Młody naukowiec pisuje więc np. artykuły tak usiane obcymi, a mądrze brzmiącymi słowami, że tylko on sam i jego koledzy je rozumieją.

Zgodnie z „ograniczonym” poglądem na autoprezentację jest ona tylko jednym z rodzajów motywowanego zachowania społecznego, a więc w pewnych warunkach jesteśmy bardziej motywowani do autoprezentacji, niż w innych. Jakże to warunki? Duża liczba badań podsumowanych przez Leary'ego (1999) i Szmajke (1999) pozwala wskazać pięć takich warunków.

Po pierwsze, skłonność do zabiegów autoprezentacyjnych jest tym większa, im silniej wierzymy, że sposób spostrzegania nas przez innych ludzi decyduje o osiągnięciu naszych celów. Nasila się zatem wtedy, gdy osiągnięcie celów ma charakter publiczny oraz gdy inni ludzie kontrolują możliwość osiągnięcia przez nas celu. Zabiegi autoprezentacyjne są silniejsze w obecności przełożonych niż podwładnych, czy osób równych nam statusem.

Po drugie, skłonność do zabiegów autoprezentacyjnych jest tym większa, im bardziej zależy nam na celu kontrolowanym przez innych ludzi. Ponieważ

strategicznym celem, na którym często zależy nam najbardziej, jest dowartościowanie własnej osoby i pozyskanie aprobaty społecznej, bezpośrednim celem autoprezentacji jest z reguły wywarcie dodatniego wrażenia na innych. Na tej samej zasadzie natężenie zabiegów autoprezentacyjnych rośnie, gdy realizowany cel nabiera wartości z powodów sytuacyjnych, np. wskutek jego niedostępności, konkurencji ze strony innych przy ubieganiu się o pracę.

Po trzecie, skłonność do zabiegów autoprezentacyjnych jest tym większa, im bardziej zależy nam na aprobacie innych. Bardziej jesteśmy skłoni do autoprezentacji przed osobami, które są dla nas atrakcyjne, niż nieatrakcyjne; a także jeżeli sami mamy kłopoty z samooceną lub cechujemy się silną potrzebą aprobaty społecznej.

Po czwarte, skłonność do autoprezentacji jest tym większa, im większa jest rozbieżność między pożądanym a rzeczywistym obrazem naszej osoby, jaki mają inni. Skłonność ta rośnie zatem, kiedy ponieśliśmy niedawno porażkę, szczególnie publiczną, lub inni byli świadkiem sytuacji, w której „straciliśmy twarz”.

Po piąte wreszcie, skłonność do zabiegów autoprezentacyjnych jest nasiloną u osób o dużej skłonności do obserwacyjnej samokontroli zachowania (por. *KONCEPCJA 4*) i samoświadomości publicznej, tj. nawykowej skłonności do myślenia, co myślą o nich inni (Fenigstein, Scheier, Buss, 1975; Szmajke, 1999).

Wielu autorów dzieli szczegółowe taktyki autoprezentacji na dwie grupy - obronnych i asertywno-zdobywczych (Baumeister, Tice, Hutton, 1989; Szmajke, 1999). O b r o n n e t a k t y k i a u t o p r e z e n t a c j i to zachowania ukierunkowane na ochronę, utrzymanie lub obronę zaatakowanej lub zagrożonej tożsamości i wartości naszej osoby. Zachowania te motywowane są pragnieniem uniknięcia autoprezentacyjnej porażki i charakteryzują raczej osoby o samoocenie niskiej. Należą do nich samoutrudnianie, wymówki, suplikacja, usprawiedliwienia i przeprosiny. Natomiast asertywno-zdobywcze taktyki autoprezentacji to zachowania ukierunkowane na zbudowanie, pozyskanie, utrwalenie jakiejś nowej tożsamości naszej osoby. Zachowania te motywowane są pragnieniem osiągnięcia sukcesu autoprezentacyjnego i są charakterystyczne raczej dla osób o samoocenie wysokiej. Należą do nich ingracjacja, zastraszenie, autopromocja, autopromocja przez skojarzenie i świecenie przykładem.

4.3.2. Obronne taktyki autoprezentacji

Najbardziej interesującą taktyką obronną jest . s a m o u t r u d n i a n i e, czyli angażowanie się w działania, które obniżają szansę sukcesu, ale zwalniają z osobistej odpowiedzialności za porażkę, a w dodatku nasilają osobistą chwałę w przypadku sukcesu (Jones, Berglas, 1978). Przykładem jest postępowanie studenta, który w wieczór poprzedzający ważny egzamin idzie

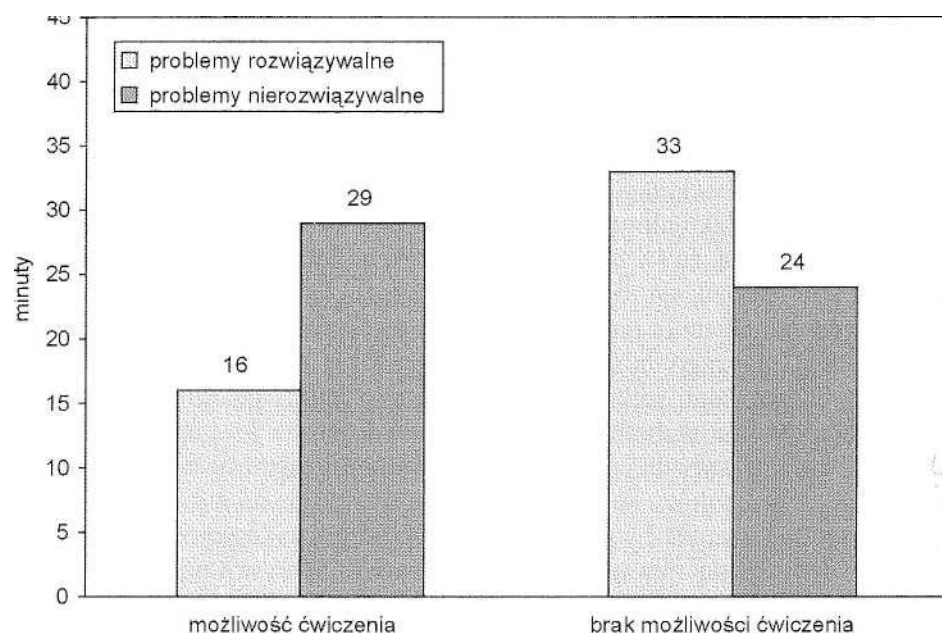
na „imprezę”. Następnego dnia rano oczywiście boli go głowa i oświadcza kolegom, że na pewno obleje. I rzeczywiście oblewa egzamin, jednak wszyscy (łącznie z samym bohaterem) mogą być przekonani, że powodem nie był brak zdolności czy inteligencji, lecz chwilowa niesprawność umysłowa wywołana, nazwijmy to, intensywnym życiem towarzyskim.

Charakter samoutrudnienia może mieć wiele zachowań, zarówno społecznie poświadczanych, jak i autodestrukcyjnych. Przykładem tych pierwszych jest pomaganie innym, co wykazał Doliński (1988) w eksperymencie, w którym kursanci Zakładu Doskonalenia Zawodowego (ZDZ) dwukrotnie przechodzili test zdolności intelektualnych. Po pierwszej turze badania wszyscy otrzymali informację zwrotną, że świetnie wypadli w teście. Jednak u połowy badanych informacja ta wzbudzała niepewność co do tego, jak wypadną w następnej turze, ponieważ zadania z pierwszej tury były nierozwiązywalne, a więc badani nie wiedzieli, dlaczego dobrze wypadli i kiepsko to rokowało na przyszłość. Pozostali badani mieli zadania rozwiązywalne i łatwe, tak więc pozytywna informacja zwrotna wzbudzała poczucie pewności, że i w następnej turze pomiarów dobrze wypadną. Następną turę pomiarów miała się odbyć w godzinę później, którą połowa badanych mogła wykorzystać na trenowanie zadań podobnych do testu, tak by mogli w nim wypaść jak najlepiej, zaś pozostałej części badanych nie dawano takiej możliwości. Wszyscy natomiast mieli okazję wyrządzenia przysługi sekretarce ZDZ, która prosiła o pomoc w poukładaniu papierów w biurze, gdyż był tam straszny bałagan, a nazajutrz pojawić się miała niespodziewana kontrola. Rysunek 4.8 przedstawia, ile minut badani z różnych warunków tego eksperymentu poświęcali na pomaganie sekretarce. Gdy badani mieli możliwość ćwiczenia, ci którzy uprzednio mieli do czynienia z problemami rozwiązywalnymi (a więc byli dosyć pewni sukcesu i w przyszłości) tylko 16 minut pomagali sekretarce, resztę czasu poświęcając na ćwiczenia. Jednakże ci, którzy mieli do czynienia z problemami nierozwiązywalnymi (a więc niepewni przyszłego sukcesu), niemal dwa razy dłużej pomagali sekretarce, co, rzecz jasna, skracало czas ewentualnego ćwiczenia.

Wiele badań dowodzi występowania zachowań samoutrudnieniowych, szczególnie w sytuacjach zagrażających poczuciu własnej wartości i w warunkach niepewności przyszłych wyników (Doliński, Szmajke, 1994). Samoutrudnianie może przyjmować różne postaci, jak zaniechanie wysiłku podczas przygotowywania się lub wykonywania zadania, wybór bardzo trudnego zadania uniemożliwiającego sukces, wybór nieodpowiedniego partnera do jego realizacji, a nawet pomaganie rywalowi w zwycięstwie. Przejawem strategicznego samoutrudniania może być uzależnianie się od alkoholu i narkotyków: X świetnie się zapowiadał jako poeta - niestety popadł w alkoholizm i jego talent nie może się ujawnić (co może być lepszą opcją niż ujawnienie, że talentu jednak nie ma).

Samoutrudnianie może wyrażać się nie tylko zachowaniami, ale także odczuwaniem i demonstrowaniem własnych słabości. Szczególnym przypadkiem jest tu lęk przed egzaminami, na który cierpi wielu uczniów i studentów

Rysunek 4.8. Samoutrudnianie; ilość minut spędzanych na pomaganiu urzędnicze w zależności od możliwości ćwiczenia, przez osoby, które uprzednio odniosły sukces w problemach rozwiązywalnych lub nierozwiązywalnych



Źródło: Doliński (1988).

- „uczyłem się i wszystko umiałem, ale pod wpływem lęku czuję kompletną pustkę w głowie”. Samoutrudnieniowego charakteru tego lęku dowodzą badania wykazujące, że doświadczany na bieżąco lęk słabnie, gdy badani są przekonani, że wyniki danego zadania nie są uszkodzane lękiem. Podobnie samoutrudnieniowy charakter może mieć również hipochondria, czyli skłonność do nasilonego odczuwania dolegliwości somatycznych, których fizjologicznego podłoża nie można wykryć za pomocą metod medycznych (Leary, 1999). Samoutrudnianie może się wreszcie przejawiać także w pewnym sposobie spostrzegania i interpretacji sytuacji - skłonności do spostrzegania zadań jako trudnych, a warunków ich rozwiązywania jako niesprzyjających. Np. student może myśleć, że wyniki czekających go egzaminów są uzależnione od przypadku czy widzimisię egzaminatora, co oczywiście jest interpretacją skłaniającą do zaniechania wysiłków i powodującą obniżenie wyników egzaminu. Doliński (1996) wykazał, że studentki o nasilonej osobowościowej tendencji do samoutrudniania spostrzegają egzaminy jako bardziej niesprawiedliwe na końcu niż w środku semestru. Jest to zgodne ze wspomnianą już tezą, że skłonność do zabiegów autoprezentacyjnych (w tym samoutrudniania) rośnie wraz ze wzrostem zagrożenia.

Inny rodzaj obronnej taktyki autoprezentacji to *s u p l i k a c j a*, czyli prezentowanie własnej bezradności (Jones, Pittman, 1982), w nadziei uzys-

kania pomocy od innych dzięki odwołaniu się do normy odpowiedzialności społecznej nakazującej pomagać tym, których losy od nas zależą (por. rozdz. 9.1.3). Skuteczność prezentowania siebie jako nieudacznika zasadza się także na kontraście (mechanik samochodowy, do którego zwraca się bezradna kobietka może się poczuć naprawdę wielkim specjalistą), a dodatkowym urokiem taktyki jest zwolnienie stosującej ją osoby z przyszłych wysiłków, z czego chętnie korzystają osoby w depresji. Poinformowane, że w przypadku sukcesu w pierwszej serii zadań będą rozwiązywać następną serię podobnych zadań, osoby depresyjne już w pierwszej serii wypadają źle i gorzej od osób równie depresyjnych, którym jednak nie grozi ciąg dalszy w przypadku sukcesu (Weary, Williams, 1990). Szczególnym przypadkiem suplikacji jest udawanie głupka - około połowa ludzi przyznaje się do okazjonalnego stosowania tej taktyki. Choć taktyka ta zdaje się tradycyjnie kobieca (pasuje do stereotypu bezbronnej kobietki), współcześnie kobiety i mężczyźni twierdzą, że stosują ją jednakowo często, choć w różnych kontekstach (mężczyźni w odniesieniu do szefów, kobiety - w odniesieniu do mężów i w kontekście zdolności intelektualnych - Leary, 1999).

Zbliżona do suplikacji taktyka to *w y m ó w k i*, czyli zaprzeczanie intencji wyrządzenia szkody i/lub przekonywanie, że nie miało się kontroli nad przebiegiem zachowania, które szkodę wyrządziło (redukowanie odpowiedzialności). Są to zachowania typu „to nie moja wina”, odwoływanie się do okoliczności łagodzących, przekonywanie o własnej ignorancji (np. o nieznajomości przepisów). Odmianą tej taktyki jest odwoływanie się do alkoholu jako „sprawcy” jakiegoś niepożądanego zachowania, co czasem bywa skuteczne u mężczyzn, choć, jak się wydaje nigdy nie jest skuteczne u kobiet (Leary, 1999).

Czwarta obronna taktyka autoprezentacji to *u s p r a w i e d l i w i e n i a*, czyli akceptowanie własnej odpowiedzialności przy jednoczesnych próbach redefinicji czynu jako mało szkodliwego lub dotyczącego w istocie czegoś innego niż szkoda. Wskazać można przynajmniej cztery odmiany tej taktyki (Rosenfeld, Giacalone, Riordan, 1995). Po pierwsze, zaprzeczanie szkodliwości czynu - np. przekonywanie, że „długoterminowe” korzyści z naszych działań przewyższają „pozorne” lub „krótkoterminowe” szkody. Przykładem jest przekonywanie, że szkody są pozorne (np. mit przyjemności kobiety z gwałtu); albo nikomu nie szkodzą, np. przy oszukiwaniu na egzaminie. Po drugie, zaprzeczanie krzywdzie ofiary lub przekonywanie, że w istocie zasłużyła sobie na swój los, np. że kobieta prowokowała do gwałtu swoim ubiorem i zachowaniem. Po trzecie, odwoływanie się do powszechności postępków i usprawiedliwień porównawczych, np. wszyscy kradną, inni kradną więcej niż ja, a po mnie przyjdą jeszcze gorsi - przekonuje wielu polityków. Po czwarte, redefinicja czynu jako dotyczącego nie tyle szkód, ile spełniania rozkazów (brudna robota, ale ktoś ją musi wykonać), czy lojalności w stosunku do przyjaciół lub zatrudniającej instytucji. Wymówki i usprawiedliwienia

dotyczą już zaistniałych sytuacji kłopotliwych. Stosowane są nie tylko w odniesieniu do drobnych przewinień, ale także przez większość skazanych morderców (Ray, Simons, 1987). Jednak redukcja odpowiedzialności za czyn (wymówki) jest stosowana częściej od redefiniowania czynu jako mało szkodliwego (usprawiedliwienia). W większości kontekstów ten pierwszy zabieg jest też bardziej skuteczny - wymówki zwykle bardziej łagodzą oceny obserwatorów niż usprawiedliwienia (Rosenfeld, Giacalone, Riordan, 1995; Szmajke, 1999).

Ostatnia obronna taktyka autoprezentacji to *przeprosiny* - akceptowanie własnej odpowiedzialności za szkodę, okazanie żalu, kompensowanie szkody ofierze. Choć często trudne do wykonania, przeprosiny są najskuteczniejszym sposobem przywracania własnego pozytywnego obrazu w oczach innych (por. Leary, 1999). Uwzględnia to nawet prawodawstwo wielu krajów, przyzwalając na niższe wyroki dla przestępców okazujących skruchę. U podstaw takiej praktyki leży przekonanie, że sprawca skruszony sam siebie karze wyrzutami sumienia, a zatem duża kara zewnętrzna jest już niepotrzebna. W przypadku niewielkiej winy, sama skrucha jest już wystarczającą karą.

4.3.3. Asertywne taktyki autoprezentacji

Druga duża grupa taktyk autoprezentacji, to taktyki zdobywczo-asertywne ukierunkowane na zbudowanie, pozyskanie, utrwalenie jakiejś nowej tożsamości naszej osoby. Pierwsza z nich to *ingracja* - wkradanie się w cudze łaski czy też pozyskiwanie sympatii przez: (1) prezentowanie własnych - niekoniecznie istniejących - cech wzbudzających sympatię, (2) schlebienie innym i prawienie im komplementów, (3) konformizm czyli prezentowanie opinii podobnych do poglądów partnera, (4) wyrządzanie przysług (Jones, Pittman, 1982).

Zabiegi ingracjacyjne ulegają nasileniu, gdy cudza sympatia staje się bardziej pożądana (osoba, której sympatię pragniemy pozyskać kontroluje ważne dla nas wyniki, jak to jest w przypadku przełożonego w pracy), zaś wybór konkretnej formy ingracji podyktowany jest przekonaniem jednostki, że dane zachowanie doprowadzi do celu, tj. do pozyskania sympatii. Jednak im ważniejsze jest dla nas pozyskanie sympatii jakiejś osoby, tym większa jest szansa, że osoba ta zdaje sobie z tego sprawę i wątpić będzie w szczerść naszych zabiegów autoprezentacyjnych, co znane jest pod nazwą *dylematu lizusa*. Rozwiązaniem dylematu lizusa jest prezentowanie poglądów sprzecznych z opiniami partnera w mało ważnych sprawach - nie zgadzamy się z szefem, ale tylko w odniesieniu do szczegółów wykonawczych jego planu, a nie głównych idei (stąd też przełożeni często ulegają złudzeniu szefa - przeceniają podobieństwo poglądów podwładnych do własnych opinii). Inne rozwiązanie, to używanie pośredników do przekazy-

wania komplementów, bowiem ludzie bardziej wierzą w pochlebstwa przekazane im nie wprost, lecz podsłuchane lub otrzymane za pośrednictwem osób trzecich. Inny problem związany z wkradaniem się w cudze łaski za pomocą konformizmu, to dylemat zróżnicowanej publiczności - ludzie różnią się wartościami i upodobaniami, tak więc to, co jednym się podoba może odstręczać innych. Przed takim dylematem staje polityk spotykający się równocześnie z pracodawcami (którzy chcieliby np. obniżyć płace) i pracownikami (którzy chcieliby wzrostu płac), albo nastolatek, który w oczach kolegów chciałby wypaść na twardego faceta, a w oczach swojej dziewczyny wyglądać na delikatnego i opiekuńczego. Jedynym skutecznym rozwiązaniem tego dylematu jest segregacja widowni - zręczny polityk spotyka się oddzielnie z pracodawcami i pracownikami, dzięki czemu każdej z tych grup może się spodobać, kładąc nacisk na odmienne aspekty swojego programu. Ludzie różnią się umiejętnościami segregacji widowni - szczególnie sprawność wykazują tu osoby o nasilonej samokontroli zachowania (por. *KONCEPCJA 4*).

Druga taktyka autoprezentacji asertywnej to autopromocja - przedstawianie siebie jako osoby kompetentnej, podkreślanie, że nasze dokonania są większe niż się wydaje, rzadko osiągane, pomimo poważnych przeszkód itd. Autopromocja jest niewątpliwie pożądana w pewnych sytuacjach - kiedy na przykład ubiegamy się o pracę, a kompetencje są niezbędne do jej uzyskania. Jednak autopromocja jest zabiegiem obosiecznym - dzięki temu stylowi autoprezentacji inni mogą co prawda nabrać przekonania o naszych kompetencjach, ale także i o takich niemiłych cechach, jak zarozumialstwo i nadmierna pewność siebie. Ten problem autoprezentacyjny nazywany jest dylematem skromności - więcej sympatii w cudzych oczach przynosi raczej pomniejszanie znaczenia własnych sukcesów niż chwalenie się nimi; z drugiej strony ludzie mogą potraktować nasze skromne autoprezentacje dosłownie (uważać, że nasze sukcesy są niewielkie), bądź też nawet jako wyraz niskiej samooceny. Dylemat skromności nie ma prostego rozwiązania, choć Leary (1999) wskazuje kilka prawidłowości, o jakich warto pamiętać, konstruując takie rozwiązanie w konkretnej sytuacji: (a) skromność jest skuteczniejsza po fakcie, niż przed faktem; (b) umiarkowana skromność jest bardziej pożądana od krańcowej, gdyż ta ostatnia może sprawiać wrażenie nonszalancji; (c) skromność jest skuteczna tylko wtedy, kiedy audytorium i tak wie, że dobrze wypadliśmy; (d) taktyka polegająca na wskazywaniu, że się odniosło sukces przy jednoczesnym pomniejszaniu wagi tego sukcesu („dobrze wypadłem, ale to nie ma znaczenia”) może łatwo przynieść efekt odwrotny do zamierzonego (wniosek o naszej zarozumiałości).

Inny problem stający przed osobą dokonującą autopromocji, to dylemat autentyczności: często bywa tak, że im bardziej pożądaną jest w oczach innych obraz naszej osoby, tym bardziej odbiega od naszych przekonań na

swój temat. Dylemat ten jest rozwiązywany na trzy sposoby (Leary, 1999).

Po pierwsze, możemy przedstawiać siebie w sposób autentyczny, tzn. jako osoby odbiegającej od tego, co pożądane. Jest to sposób skuteczny, jeżeli negatywna informacja jest przedstawiana we wczesnych fazach interakcji, na tyle wczesnych, że nie sprawiamy wrażenia ukrywania niekorzystnych informacji. Po drugie, możemy przedstawiać siebie, omijając niebezpieczne tematy, unikając podawania informacji prawdziwej, a niepoehlebnej. Po trzecie, możemy przedstawiać siebie w sposób kłamliwy, a zgodny z wizerunkiem pożądanym. Skłonność do tego ostatniego rozwiązania rośnie, gdy uważamy, że jest ono bardzo dla nas korzystne, że nikomu nie szkodzi i nikt go nie wykryje. Skłonność do autoprezentacji kłamliwych rośnie u także makiawelistów (por. rozdz. 7.4).

Autopromocja jest charakterystyczna dla osób o wysokiej samoocenie, przekonanych o własnej wartości, stąd zaliczenie jej do taktyk asertywnych. Obronnym „analogiem” tej taktyki jest natomiast *auto-promocja* przez skojarzenie, polegająca na kojarzeniu własnej osoby z pozytywnymi zdarzeniami lub osobami. Jak już była o tym mowa, Cialdini i współpracownicy wykazali zjawisko pławienia się w cudzej chwale, oznaczające nasilenie związku z osobami odnoszącymi sukces i nasilenie znaczenia ich sukcesu. Na tej zasadzie kibice nie tylko utożsamiają się ze swoją drużyną, lecz także wyolbrzymiają znaczenie jej działań (inaczej trudno byłoby zrozumieć dlaczego bieganie 20 dorosłych osobników za jedną piłką miałoby być tak ważnym zdarzeniem dla tysięcy innych dorosłych osobników). Skłonność do mówienia „my” o zwycięskiej, a „oni” o przegranej drużynie z własnego uniwersytetu nasila się po własnej porażce, a zanika po własnym sukcesie (niskim lub wysokim wyniku w teście wiedzy ogólnej rozwiązywanym tuż przed rozmową o sporcie) (Cialdini i in., 1976). Ludzie nie tylko starają się być bliżej cudzego sukcesu i obiektów pozytywnych, ale mają też skłonność upożytywniania obiektów czy osób, z którymi są związani. Np. studenci poinformowani o niskim wyniku w niedawno rozwiązywanym teście mierzącym ich „ukryty potencjał twórczy” wyżej oceniali uniwersytet, na którym studiowali, a gorzej oceniali rywalizującą z nim uczelnię niż studenci poinformowani, że dobrze wypadli w teście (Cialdini, Richardson, 1980). Przytoczone wyniki wyraźnie wskazują, że skłonność do autoprezentacji przez skojarzenie rośnie w warunkach zagrożenia poczucia własnej wartości, a zanika w warunkach podbudowania samooceny. W warunkach neutralnych, skłonność do autoprezentacji przez skojarzenie występuje głównie u osób o niskiej samoocenie i zewnętrznym poczuciu kontroli (por. Szmajke, 1999).

Kolejna asertywna taktyka autoprezentacji to *świecenie przykładem*, czyli przedstawianie siebie jako osoby moralnej. Gdyby autoprezentacje sprowadzały się do mówienia na własny temat, świecenie przykładem byłoby lepszą strategią od autopromocji, gdyż łatwiej mówić o własnej moralności (w istocie wszyscy ludzie za takich siebie uważają) niż o własnej sprawności. Jednakże przekonanie innych do naszej moralności wymaga

raczej czynów niż słów, w związku z czym taktyka ta może być dość kosztowna; tym bardziej, że wymaga ona daleko idącej konsekwencji. Nawet jedno zachowanie niemoralne budzi tak negatywną ocenę człowieka, że jej „wyzerowanie” wymaga aż 10 zachowań moralnych (Brycz, Wojciszke, 1992). Jest to przejawem skądinąd znanej prawidłowości, że we wnioskowaniu o cechach moralnych znacznie większą rolę odgrywają zachowania negatywne niż pozytywne, podczas gdy we wnioskowaniu o cechach sprawnościowych jest odwrotnie - większą rolę odgrywają cechy pozytywne niż negatywne (por. rozdz. 3.3.1).

Ostatnia wreszcie taktyka autoprezentacji asertywnej to *z a s t r a s z a n i e*, czyli przedstawianie siebie jak „twardego faceta”, osoby agresywnej, nieprzyjemnej, groźnej, która może narobić kłopotów i od której niczego nie można uzyskać. Taktyka ta może być stosowana zarówno przez osoby zajmujące wyższą pozycję w hierarchii władzy (przełożonego, rodzica), jak i osoby na pozycjach podporządkowanych, w szczególności w postaci „zrobienia sceny” (Jones, Pittman, 1982). Dziecko może grozić matce sceną w miejscowym sklepie i w ten sposób zawczasu pozyskać jej zgodę na zakup ulubionych słodczy.

4.3.4. Skutki autoprezentacji

Nie ulega wątpliwości, że wszystkie te taktyki autoprezentacji bywają skuteczne - prowadzą do zamierzonych efektów w postaci silniejszego lubienia „autoprezentera” i ogólnie wykształcania przez otoczenie takich jego wizerunków, na których mu zależy. Dotyczy to nawet tak grubymi nićmi szytych zabiegów jak pochlebstwa - choć wszyscy dookoła widzą w nich manipulację, wiele danych dowodzi, że sama komplementowana osoba ulega pochlebstwom, zupełnie jakby mówiła sobie „trochę mi się podlizuje, ale przecież w tym co mówi na mój temat jest wiele racji”.

Nie do końca są poznane warunki skuteczności różnych taktyk autoprezentacji. Jednak ogólnie rzecz biorąc, większość autoprezentacji nie odbiega zbyt daleko od rzeczywistych przekonań osoby na własny temat. Na przykład skłonność do autopromocji jest zdecydowanie większa u osób narcystycznych i z wysoką samooceną, silnie przypisujących sobie cechy sprawnościowe i męskie, zaś skłonność do prezentowania siebie w sposób skromny czy bezradny jest większa u osób o niskiej samoocenie, odmawiających sobie cech sprawnościowych i męskich (Wojciszke, 2002b). Autoprezentacja jest więc raczej miną niż maską, jak powiada Andrzej Szmajke (1999). Nie jest nakładaniem jakiegokolwiek maski, niezależnie od tego, jaką twarz przykrywa. Jest raczej robieniem miny za pomocą własnej twarzy - a więc prezentacją jakiegoś fragmentu rzeczywistego ja, choć jest to fragment wyselekcjonowany i często przedstawiony w przesadny sposób. Tym bardziej, że wiele zabiegów autoprezentacyjnych ma charakter działań nawykowych, a nie wydeliberowanych.

W tym kontekście ważne jest wprowadzone przez Bromleya (1993) rozróżnienie autoprezentacji taktycznych i strategicznych. Autoprezentacje taktyczne to nawykowe i zautomatyzowane przedstawianie własnej osoby audytorium, które jest obecne tu i teraz. Autoprezentacje taktyczne dotyczą sytuacji codziennych, skryptowych (zrutynizowanych i przebiegających według powtarzalnego scenariusza), mogą być wykonywane bez świadomego zamiaru i w dużym stopniu stanowią ekspresję autentycznego „ja” człowieka. Przykładem autoprezentacji taktycznych jest uśmiech na powitanie, zadawanie pytań o samopoczucie partnera, przejawianie zainteresowania jego wypowiedziami czy wygłaszanie własnych uwag w sposób podkreślający znajomość rzeczy i kompetencję. W odróżnieniu od nich, autoprezentacje strategiczne mają charakter zabiegów przemyślanych i zaplanowanych z wyprzedzeniem czasowym, ukierunkowanych na odległe efekty, a więc na kształtowanie wizerunku naszej osoby, jaki tworzyć sobie będzie jakieś przyszłe audytorium nieobecne w bieżącej sytuacji, czy w ogóle jeszcze nie spotkane. Przykładem autoprezentacji strategicznej może być bezlitosne smażenie się na słońcu dla nabrania „zdrowego”, witalnego wyglądu zauważalnego jeszcze długo po wakacjach.

Obok konsekwencji interpersonalnych (wpływanie na wizerunek wykształcany przez innych), autoprezentacja ma także istotne konsekwencje intrapersonalne, tzn. wpływa na samego autoprezentera. Po pierwsze, większość aktów autoprezentacji podnosi własną samoocenę ich sprawcy, jak to wykazały np. cytowane poprzednio badania Cialdiniego i współpracowników nad autopromocją przez skojarzenie. Skłonność do tej taktyki rośnie u osób, których samoocena została nadszarpnięta informacją o porażce. Po drugie, wiele aktów autoprezentacji zwrótnie modyfikuje koncepcję własnego ja ich wykonawcy (Dymkowski, 1996). Precyzyjne potwierdzenie tej hipotezy przyniosły badania Tice (1992) omawiane dokładniej w rozdziale 7.2.1. Badania te wykazały, że przekonania o własnej osobie i zachowania podążają za dokonaną autoprezentacją, szczególnie gdy ta ostatnia ma publiczny charakter.

4.4. PODSUMOWANIE

Ja jest luźną strukturą różnych ról i tożsamości społecznych, przekonań na własny temat i samoocen oraz wartości i celów uznawanych za własne. Zwykle jest to najbardziej rozbudowana struktura w umyśle człowieka (o czym świadczy efekt odniesienia do ją), często używana i łatwo dostępna (o czym świadczy efekt cocktail-party). Jednak pojmowanie ja jako struktury pamięciowej nie wyczerpuje sensu tego pojęcia, ponieważ ja spełnia także szczególne funkcje interpersonalne (negocjowanie tożsamości i symulacja psychiki innych ludzi) oraz intrapersonalne (regulacja zachowania celowego i samokontrola).

Bardzo ważną rolę odgrywa też samoocena, czyli reakcja afektywna na samego siebie. Można ją rozumieć jako cechę (choć jest to dziwna cecha, gdyż nie ma osób o negatywnej samoocenie), bądź jako stan, którego istotą jest dążenie do autowaloryzacji, czyli obrony, utrzymywania lub nasilania dobrego mniemania na własny temat. Mechanizmy autowaloryzacji są bardzo liczne, a najważniejsze z nich to: definiowanie własnego ja, tendencyjne przetwarzanie informacji o sobie (w tym efekt bycia lepszym niż przeciętnie), realizacja zadań i atrybucje osiągniętych wyników, porównania społeczne (model utrzymywania samooceny); redukowanie dysonansu poznawczego, autoafirmacja, podtrzymywanie tożsamości społeczna (grupowej) i auto-prezentacja. Wiele badań wskazuje na równoważność i wzajemne zastępowanie się poszczególnych mechanizmów - u osób, które potwierdziły swą wartość na mocy jednego z mechanizmów, przejściowo spada skłonność do występowania pozostałych mechanizmów autowaloryzacji. Ludzie na ogół nie pragną więc maksymalizacji samooceny, lecz jedynie utrzymania jej na zadowalającym poziomie. Utrzymywanie pozytywnej samooceny jest ważne, ponieważ ułatwia ona podejmowanie wysiłków, chroni przed lękiem i stanowi system ostrzegający przed wykluczeniem społecznym.

Rozbudowaną klasą mechanizmów podtrzymywania własnej wartości oraz wpływu społecznego jest autoprezentacja, czyli kontrolowanie wrażenia wywieranego na innych. Obronne taktyki autoprezentacji motywowane są pragnieniem uniknięcia autoprezentacyjnej porażki (samoutrudnianie, wymówki, suplikacja, usprawiedliwienie i przeprosiny). Asertywno-zdobywcze taktyki autoprezentacji motywowane są pragnieniem sukcesu autoprezentacyjnego (ingracjacja, zastraszanie, autopromocja, autopromocja przez skojarzenie i świecenie przykładem). Autoprezentacja, szczególnie publiczna, prowadzi też do zmian w przekonaniach o samym sobie. Szczególną skłonnościami i umiejętnościami autoprezentacji cechują się osoby o nasilonej obserwacyjnej samokontroli zachowania.

KONCEPCJA 4 **Obserwacyjna samokontrola** **zachowania**

Punktem wyjścia tej koncepcji stworzonej przez Marka Snydera (1974; 1987) jest założenie, iż ludzie różnią się natężeniem obserwacyjnej samokontroli zachowania, czyli stopniem, w jakim chcą /potrafią kierować własnymi zachowaniami ekspresyjnymi (werbalnymi i niewerbalnymi) oraz sposobem prezentowania własnej osoby innym.

Osoba o silnej samokontroli obserwacyjnej potrafi swoje zachowanie obserwo-

wać i celowo nim manipulować, tak by dostosować je do wymogów sytuacji, szczególnie oczekiwań i zachowań innych ludzi. Plastycznie zmienia postępowanie w celu dostosowania go do różnych sytuacji i partnerów interakcji. Ma pragmatyczną wizję siebie i własnego zachowania, traktując je jako środek prowadzący do odpowiedniego zaprezentowania się innym i sądzi, że niekoniecznie musi ono wyrażać jej rzeczywiste poglądy czy stany wewnętrzne. Wchodząc w jakąś sytuację społeczną, konstruuje scenariusz własnego zachowania w taki sposób, jakby odpowiadała na pytanie

„Jakiej osoby wymaga ta sytuacja i w jaki sposób ja mogę być tą osobą?”.

Osoba o słabej samokontroli obserwacyjnej nie potrafi i nie chce obserwować własnego zachowania, ani celowo nim manipulować, aby dostosować je do wymogów sytuacji. Nie podejmuje świadomych wysiłków w tym kierunku. Ma pryncypialną wizję siebie i własnego zachowania, traktując je jako środek wyrażania swoich rzeczywistych poglądów czy stanów wewnętrznych. Wchodząc w jakąś sytuację społeczną, konstruuje scenariusz własnego zachowania w taki sposób, jakby odpowiadała na pytanie: „Kim jestem i w jaki sposób mogę być sobą w tej sytuacji?”.

Te różnice indywidualne mierzy skonstruowana przez Snydera (1974) Skala Obserwacyjnej Samokontroli (Self-Monitoring Scale) składająca się z 25 samo-opisowych twierdzeń, które dotyczą: zwracania uwagi na społeczną adekwatność własnych zachowań (np. „Na imprezach towarzyskich nie próbuję robić czy mówić takich rzeczy, które spodobałyby się innym” - twierdzenie odwrócone); zwracania uwagi na innych w celu uzyskania wskazówek co do pożądanego sposobu postępowania („Kiedy nie wiem, jak się zachować w jakiejś sytuacji, szukam wskazówek w zachowaniu innych”); zdolności do kontroli i modyfikacji własnego zachowania ekspresyjnego („Potrafię - dla dobrej sprawy - okłamać kogoś, patrząc mu w oczy”). Zbliżonym kwestionariuszem polskojęzycznym jest Skala Pragmatyzmu mierząca różnice indywidualne w pryncypialnym-pragmatycznym pojmowaniu własnej osoby (Wojciszke, 1984).

Liczne badania Snydera, jego współpracowników (Snyder, 1987) i innych badaczy (np. Szmajke, 1995) wykazały, że osoby o silnej kontroli obserwacyjnej (w porównaniu z osobami o kontroli słabej):

- 1) wykazują więcej inicjatywy w kontaktach z nowymi osobami i podejmują więcej zabiegów ułatwiających przebieg interakcji społecznych;
- 2) są bardziej motywowane do pozyskiwania informacji na temat partnerów przyszłej interakcji;

- 3) mają bogatszą i bardziej zróżnicowaną wiedzę na temat rodzajów (prototypów) ludzi;
- 4) do różnych sytuacji (np. pracy i zabawy) dobierają sobie różnych partnerów, podczas gdy osoby o słabej obserwacyjnej kontroli mają skłonność do wybierania tych samych partnerów do różnych interakcji;
- 5) ujawniają większe międzysytuacyjne zróżnicowanie zachowania (mają większą skłonność do zachowywania się w różnych sytuacjach jak różne osoby), a ich zachowanie jest bardziej podatne na oddziaływanie czynników sytuacyjnych;
- 6) ujawniają słabszą zgodność rzeczywistego zachowania z kwestionariuszowo mierzonymi postawami lub cechami osobowości;
- 7) lepiej potrafią udawać różne emocje i są oceniane przez innych jako przyjaźniejsze, bardziej otwarte, a mniej skłonne do lęku i martwienia się, bardziej sprawne w nabywaniu wiedzy na temat tego, co jest społecznie pożądaną w różnych sytuacjach i posiadające większe poczucie humoru;

Literatura zalecana

- Doliński D. (1993). *Orientacja defensywna*. Warszawa: Wydawnictwo Instytutu Psychologii PAN.
- Jarymowicz M. (red.), (1994). *Poza egocentryczną perspektywą widzenia siebie i świata*. Warszawa: Wydawnictwo Instytutu Psychologii PAN.
- Kofta M., Szustrowa T. (red.), (2001). *Złudzenia, które pozwalają żyć* (wyd. 2). Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Pervin L.A. (2002). *Psychologia osobowości* (przekł. M. Orski). Gdańsk: Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne.
- Szmajke A. (1999). *Autoprezentacja. Maski, pozy, miny*. Olsztyn: Ursula Consulting.
- Trzebińska E. (1998). *Dwa wizerunki własnej osoby: kliniczne i empiryczne studia nad tożsamością*. Warszawa: Wydawnictwo Instytutu Psychologii PAN.
- 8) są bardziej popularne wśród rówieśników i częściej wyłaniają się jako przywódcy w grupach,

Koncepcja Snydera zainspirowała wiele badań, ponieważ pozwala na formułowanie licznych hipotez dotyczących zarówno treściowych aspektów zachowania (ekspresja emocji, sposób spostrzegania przez innych), jak i jego aspektów formalnych (jak stopień zmienności czy zgodności z postawami). Szczególnie interesujące jest pojęcie scenariusza własnego zachowania jako pośrednika między ja a zachowaniem - scenariusz wynika z koncepcji własnej osoby, a jednocześnie jest planem działania. Plan ten ma charakter świadomy i przemyślany, choć wiele sytuacji społecznych ma na tyle powtarzalny charakter, że wiele planów-scenariuszy ulega automatyzacji w miarę częstego ich realizowania.

Podstawowe pojęcia

- asertywne taktyki autoprezentacji
- autoafirmacja (*self-affirmation*)
- autokoncentracja
- autoprezentacja
- autopromocja
- autopromocja przez skojarzenie
- autoschemat
- auto waloryzacja
- auto weryfikacja
- dylemat autentyczności
- dylemat skromności
- efekt bycia lepszym niż przeciętnie
- efekt cocktail-party
- efekt odniesienia do ja
- ingracja
- ja
- ja idealne
- ja powinnościowe
- model utrzymywania samooceny (MUS)
- obronne taktyki autoprezentacji
- obserwacyjna samokontrola zachowania
- orientacja obronna
- paradoksalny efekt kontroli umysłu
- pławienie się w cudzej chwale
- porównania społeczne
- przeprosiny
- samonaprawa
- samoocena
- samopoznanie
- samoutrudnianie
- suplikacja
- świecenie przykładem
- teoria opanowywania trwogi
- teoria przedmiotowej samoświadomości
- tożsamość osobista
- tożsamość społeczna
- usprawiedliwienia
- wyczerpanie woli
- wymówki

POSTAWY I WARTOŚCI

Postawy to z grubsza tyle, co gotowe i trwałe ustosunkowania do konkretnych osób i obiektów (np. pozytywny stosunek do prezydenta, lubienie coca-coli), albo ich rodzajów (jak negatywny stosunek do polityków). Natomiast uczciwość, sprawiedliwość społeczna czy życie w zgodzie z naturą to wartości, czyli abstrakcyjne cele i zasady rządzące ludzkim życiem, a także wartościowaniem świata. Ludzie mają tysiące postaw, ale zwykle tylko kilka, kilkanaście wartości. Wartości są więc bardziej centralne i wpływają na postawy, choć nie odwrotnie. Proces socjalizacji, wrastania dziecka w kulturę, to w dużym stopniu właśnie nabywanie pewnych wartości (uczymy się cenić uczciwość i odpowiedzialność, tradycję lub nowatorstwo itd.) i wykształcanie pewnych postaw (uczymy się lubić szpinak i unikać wścibskich sąsiadek). Kształtowanie postaw mają też na celu kampanie reklamowe („Coca-cola to jest to!”) i podobne do nich kampanie polityczne („Krzak tak!”). Nic więc dziwnego, że wartości i postawy to kluczowe pojęcia psychologii społecznej, choć postawom poświęcono znacznie więcej badań niż wartościom.

5.1. STRUKTURA POSTAW I WARTOŚCI

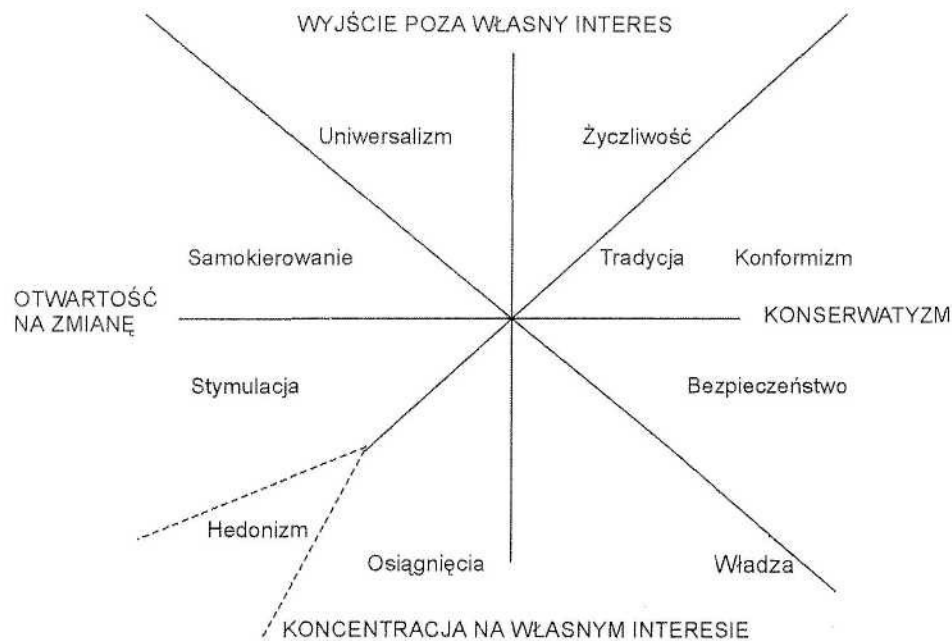
5.1.1. Struktura wartości

Choć istnieje wiele definicji wartości, większość z nich zgodna jest co do tego, że „wartości są: (a) pojęciami lub przekonaniami, (b) o pożądanym stanie docelowym lub zachowaniach, (c) które wykraczają poza specyficzne sytuacje, (d) kierują wyborami i oceną zachowań i zdarzeń oraz (e) są uporządkowane według względnej ważności” (Schwartz, Bilsky, 1987, s. 551; por. też Rokeach, 1973). Pomiar wartości polega więc albo na porządkowaniu jakiegoś ich zbioru w hierarchię ważności - rangowanie od najbardziej do najmniej ważnej - albo na odrębnym szacowaniu ważności każdej z tych wartości „jako zasady kierująca moim życiem”. Często używana w badaniach skala wartości Rokeacha (1973) została zaadaptowana do warunków polskich przez Piotra Brzozowskiego (1986).

Najszerzej zakrojone, międzynarodowe badania nad wartościami zostały przeprowadzone przez Shaloma Schwartza (1992) w 20 bardzo różnych krajach (w tym w Polsce, gdzie badanie przeprowadziła Maria Jarymowicz). Schwartz wybrał do badań próbki nauczycieli ze szkół podstawowych, zakładając, że jest to grupa zawodowa najbardziej reprezentatywna dla swego społeczeństwa w kwestii wartości, bowiem profesjonalnie trudni się ich wpajaniem młodemu pokoleniu. Zadaniem badanych była ocena 56 szczegółowych wartości na skali od -1 (sprzeczna z moimi wartościami), przez 0 (nieważna), do 7 (najważniejsza). Pozwoliło to oszacować korelacje między ważnością poszczególnych wartości, a analizy tych korelacji pozwoliły z kolei dla każdej próby oddzielnie oszacować stopień wzajemnego podobieństwa kolejnych wartości. Rysunek 5.1 przedstawia uniwersalną, stwierdzoną w większości krajów strukturę podobieństwa wartości.

Zgodnie z postulatami Schwartza, szczegółowe wartości układają się w 10 typów. Każdy typ to wiązka szczegółowych wartości współwystępujących

Rysunek 5.1. Najważniejsze, kulturowo uniwersalne typy wartości i ich wzajemne położenie w przestrzeni dwuwymiarowej



Każdy typ wskaźnikowany był ocenami ważności od 2 do 9 konkretnych wartości, których przykłady zamieszczono w nawiasach: Uniwersalizm (sprawiedliwość społeczna, równość, życie w zgodzie z naturą); Życzliwość (uczynność, uczciwość, odpowiedzialność); Tradycja (szacunek dla tradycji, akceptacja własnego życia, pokora); Konformizm (posłuszeństwo, szacunek dla rodziców i starszych; uprzejmość); Bezpieczeństwo (bezpieczeństwo mojej rodziny, ład społeczny, bezpieczeństwo narodowe); Władza (władza, autorytet, bogactwo); Osiągnięcia (sukces życiowy, zdolności, ambicja); Hedonizm (przyjemność, cieszenie się życiem); Stymulacja (odwaga, zróżnicowane życie, podniecające życie); Samokierowanie (niezależność, wolność, twórczość).

Źródło: w adaptacji według Schwartz'a (1992).

ze sobą w większości krajów. Np. *Uniwersalizm* to wiązka aż 9 wartości (ochrona środowiska, jedność z naturą, piękno świata, pokój, harmonia wewnętrzna, otwartość umysłu, mądrość, równość i sprawiedliwość), które z reguły są cenione w podobnym stopniu i dotyczą uniwersalnego dobra wszystkich ludzi i świata. Natomiast *Życzliwość* to wiązka innych 9 wartości (uczciwość, pomocność, lojalność, przebaczenie, odpowiedzialność, prawdziwa przyjaźń, dojrzała miłość, sensowne życie, życie duchowe), które również ze sobą współwystępują i dotyczą troski o dobro innych ludzi znanych nam z bezpośrednich kontaktów.

Rysunek ilustruje także wzajemne położenie kolejnych typów wartości. Badania Schwartza dowiodły, że wszystkie sąsiadujące ze sobą typy wartości są zgodne, czyli dodatnio skorelowane - np. w znacznej większości próbek badani w podobnym stopniu cenili sobie wartości składające się na *Uniwersalizm* i *Życzliwość* (a także na *Władzę* i *Osiągnięcia*, *Osiągnięcia* i *Hedonizm* itd.). Co więcej, sąsiadujące ze sobą wartości podobnie korelują ze zmiennymi zewnętrznymi, takimi jak wiek czy wykształcenie. Natomiast typy wartości umieszczone na rysunku naprzeciw siebie pozostają w konflikcie - np. ceniecie sobie wartości składających się na *Życzliwość* negatywnie koreluje z cieniem *Władzy* i *Osiągnięć*, podobnie negatywnie skorelowane są *Samokierowanie* i *Bezpieczeństwo* itd. Rysunek ilustruje wreszcie pewną makroorganizację systemu wartości w postaci zaznaczonych na nim ćwiartek przestrzeni. Jedna z ćwiartek to prospołeczne wartości wyrażające wychodzenie poza własny interes (*Uniwersalizm* i *Życzliwość*). Inna, przeciwległa ćwiartka, to wartości egoistyczne, czy też indywidualistyczne, wyrażające koncentrację na własnym interesie (*Władza*, *Osiągnięcia*, a częściowo także *Hedonizm*). Ludzie i społeczeństwa ceniące wartości prospołeczne mają tendencję do niskiej oceny wartości egoistycznych i odwrotnie. Wiąże się to z faktem, że wartości są celami, te zaś służą zawsze czyimś interesom, a interesy własne i innych ludzi często pozostają w sprzeczności. Opozycja interesu własnego i cudzego odgrywa ważną rolę w różnych analizach psychologii społecznej - np. w analizie skłonności do pomagania innym (por. rozdz. 9), czy konfliktu społecznego (por. rozdz. 11). Dwie inne przeciwstawne ćwiartki, to otwartość na zmianę (*Samokierowanie*, *Stymulacja* i częściowo *Hedonizm*) oraz konserwatyzm (*Tradycja*, *Konformizm* i *Bezpieczeństwo*). Opozycji tej poświęcono niewiele badań i refleksji, choć ten wymiar zróżnicowania wartości może okazać się ważny dla zrozumienia reakcji ludzi na współcześnie bardzo szybkie tempo zmian społecznych i technologicznych.

5.1.2. Struktura postaw

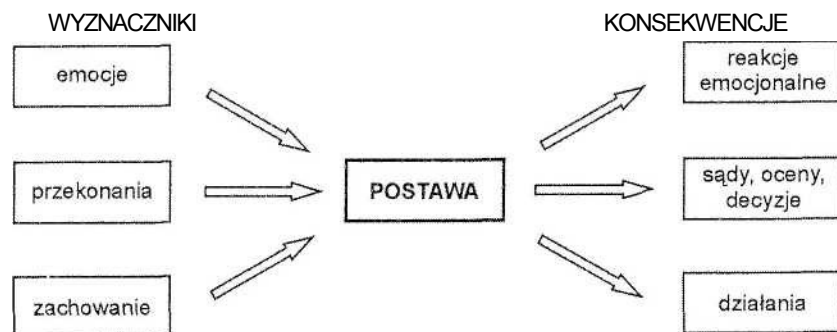
Postawa jest zawsze czyjaś i zawsze skierowana na jakiś obiekt, albo grupę lub rodzaj obiektów. *Postawa człowieka wobec jakiegoś obiektu* (osoby, przedmiotu, zdarzenia, idei) to *względnienie trwała*

tendencja do pozytywnego lub negatywnego wartościowania tego obiektu przez tego człowieka. Takie wartościowanie może mieć charakter zarówno wzbudzonej przez dany obiekt emocji (uwielbiam Krysię), jak i mniej lub bardziej chłodnej oceny tego obiektu (doceniam autoironię Krysi). Zawsze jednak określenie czyjejs postawy wobec jakiegoś obiektu oznacza umiejscowienie człowieka na dwubiegunowym kontinuum wartościowania tego obiektu, rozciągającym się od stosunku skrajnie negatywnego (całkowite odrzucenie obiektu) do stosunku skrajnie pozytywnego (całkowita akceptacja obiektu). Istotnymi własnościami postawy są więc *znak* (pozytywny lub negatywny) i *natężenie* (większe lub mniejsze). Ponadto postawy charakteryzują się i innymi własnościami - jak *ważność*, *wewnętrzna zgodność*, czy *stopień powiązania z innymi postawami*. Np. postawa jest tym ważniejsza dla jej posiadacza, im bardziej powiązana z jego ja (koncepcją własnej osoby), wyznawanymi wartościami i innymi postawami (Boninger, Krosnick, Berent, 1995). Postawy ważne trudniej oczywiście zmienić.

Przyjęta tu definicja postawy jako stosunku emocjonalnego czyli trwałej skłonności do określonego wartościowania danego obiektu nie jest oczywiście jedyną możliwą. Wiele prac (także polskich - por. Mądrzycki, 1977; Nowak, 1973) przyjmuje tzw. trójskładnikową definicję postawy. Zakłada ona, iż na postawę składa się nie tylko stosunek emocjonalny (uczuciowo-oceniający składnik postawy), ale także przekonania człowieka na temat danego obiektu (poznawczy składnik postawy) oraz tendencja do pozytywnych lub negatywnych zachowań w stosunku do tego obiektu (behawioralny składnik postawy). Niektóre badania wskazują, że te trzy rodzaje reakcji na obiekt - emocje/oceny, przekonania i zachowania - faktycznie układają się w trzy odrębne wiązki. Jednakże poparcie to ogranicza się głównie do sytuacji, kiedy obiekt postawy jest konkretnym przedmiotem lub osobą, emocjonalny składnik postawy jest mierzony za pośrednictwem fizjologicznych wskaźników emocji, zaś składnik behawioralny - za pośrednictwem rzeczywistych zachowań. Kiedy wszystkie trzy składniki mierzone są za pomocą wypowiedzi badanych osób (co ma miejsce w znakomitej większości badań), a obiekt postawy ma charakter abstrakcyjny (np. kobiety w ogóle), składniki te zlewają się, a postawy nabierają jednowymiarowego charakteru (Chaiken, Stangor, 1987; Tesser, Shaffer, 1990). Tym podstawowym wymiarem jest zawsze wymiar wartościowania, stąd też przyjmujemy, że istotą postawy jest właśnie tendencja do pozytywnego-negatywnego ustosunkowania do obiektu.

Jak ilustruje rysunek 5.2, tak rozumiana postawa jest swoistą „soczewką” pośredniczącą między naszymi przeszłymi i bieżącymi doświadczeniami z danym obiektem lub rodzajem obiektów. Z jednej strony postawa jest wyznaczana dotychczasowymi emocjami przeżywanymi w związku z obiektem, przekonaniami na jego temat i naszym zachowaniem. Tak więc to, co dotąd odczuwaliśmy w związku z Krysią K., nasze przekonania na jej temat

Rysunek 5.2. Soczewkowy model wyznaczników i konsekwencji postaw



i nasze własne postępowanie z nią związane wykształca pewien ogólny do niej stosunek czyli postawę (lubimy Krysę lub nie). Z drugiej strony, postawa wpływa na późniejsze reakcje emocjonalne w stosunku do obiektu, na nasze sądy, oceny i decyzje, a także działania dotyczące owego obiektu. Stąd nasz stosunek do Krysy decyduje o tym, jak na bieżąco oceniamy i rozumiemy jej zachowanie oraz jak sami w stosunku do niej się zachowujemy.

Z omówionych definicji wartości i postaw wynika, że wartość stanowi szczególnie rodzaj postawy - jej obiektem jest bardzo abstrakcyjny cel życiowy, a ustosunkowanie bierze się z przekonania, że cel ten jest ważny (lub nie) i powinien być realizowany. Większość postaw posiada obiekty bardziej konkretne i nie ma w nich posmaku „powinności” charakterystycznego dla wartości.

5.1.3. Funkcje postaw

Nawet identyczna co do znaku i siły postawa różnych osób może się u nich pojawiać z odmiennych powodów, bowiem postawy spełniają różne funkcje. Wskazuje się pięć takich funkcji, czyli celów, jakie mogą zostać zrealizowane dzięki posiadaniu postaw (Katz, 1960; Smith, Bruner, White, 1956).

Po pierwsze, postawa może spełniać funkcje *orientacyjne* (*object-appraisal function*) - określony stosunek do jakiegoś obiektu pozwala zorientować się jaki on jest (pomimo nadmiaru albo niedoboru informacji), a także jakie są inne, powiązane z nim obiekty. Ktoś ma pozytywny stosunek do Kościoła katolickiego, ponieważ pozwala mu to zorientować się co jest dobre (to mianowicie co głosi Kościół), a co złe (to, co Kościół potępia), pozwala uporządkować niezrozumiały i chaotyczny świat podziałów społecznych (np. na „Polaków-katolików” i obcych - Żydów, masonów i kosmopolitów) itd. Funkcja orientacyjna jest pełniona prawdopodobnie przez wszystkie postawy; pozostałe funkcje są pełnione tylko przez niektóre z postaw.

Po drugie, postawa może spełniać funkcję *instrumentalną* - obiekt jest dla nas pozytywny lub negatywny dzięki temu, że pomaga lub przeszkadza w realizacji ważnych dążeń. Np. ktoś ma pozytywny stosunek do Kościoła, ponieważ uważa, że zapewnia mu to zbawienie wieczne, nadaje sens jego życiu, a noszenie chorągwi podczas procesji zaspokaja jego potrzebę znaczenia itp.

Po trzecie, postawa może spełniać funkcję *ekspresji wartości* - utrzymywanie i ujawnianie pewnych postaw sprawia nam satysfakcję, ponieważ w ten sposób możemy wyrażać wiarę w cenione przez nas wartości, a więc i wyrażać, kim sami w istocie jesteśmy. Ktoś ma pozytywny stosunek do Kościoła, ponieważ dzięki temu daje wyraz umiłowaniu wartości duchowych, przywiązaniu do cenionych przez siebie wartości moralnych, daje wyraz swemu konserwatyzmowi, a nawet nonkonformizmowi - w zależności od tego, jakie znaczenie ma dana postawa w danym czasie i miejscu.

Po czwarte, postawa może spełniać funkcję *społeczno-adaptacyjną* - żyjemy określoną postawą wobec jakiegoś obiektu, ponieważ pomaga to zaprezentować się innym ludziom w pozytywnym świetle i podtrzymać pożądane przez nas więzi społeczne. Ktoś ma pozytywny stosunek do Kościoła, ponieważ dzięki chodzeniu do kościoła zyskuje akceptację wierzących rodziców, znajomych czy ważnych dla siebie grup odniesienia, np. partii chrześcijańskiej, której jest aktywistą.

Po piąte wreszcie, postawa może spełniać funkcję *obrony ego*, a więc pomagać jej wyznawcy w utrzymaniu dobrego mniemania o sobie lub rozwiązaniu wewnętrznych konfliktów. Ktoś lubi Kościół, uważając się za katolika, dzięki czemu może czuć się przyzwoitą człowiekiem, nawet jeżeli jest leniem, alkoholikiem i złodziejaszkiem. Pozytywna postawa do Kościoła staje się bazą do (obronnego) wnioskowania o własnej przyzwoitości, dzięki czemu bardziej „ziemską” nieuczciwość nie musi wystąpić w roli przynębiającej przesłanki sądów o sobie.

Funkcje są ważne z punktu widzenia zarówno genezy, jak i zmiany postaw. Inaczej należy projektować np. reklamę nowego samochodu, pragnąc wytworzyć wobec niego pozytywną postawę o funkcji instrumentalnej (wskazywać będziemy na zalety użytkowe, jak np. oszczędność paliwa), a inaczej, gdy postawa ma pełnić funkcję społeczno-adaptacyjną (wskazywać będziemy, jakie popularne i podziwiane osoby jeżdżą tą marką). Funkcje postawy mogą też decydować o tym, jak dalece postawa jest zależna od wyznawanych przez człowieka wartości. Maio i Olson (1995) mierzyli postawę swoich badanych wobec składania datków w celu powiększenia funduszu na studia dotyczące leków zwalczających raka. Zanim do tego doszło, u części badanych aktywizowali instrumentalną funkcję postawy (oceniali, w jakim stopniu przekonujący był plakat nawołujący do datków z uzasadnieniem, że jest to obrona własnego zdrowia w ewentualnej przyszłości), u części zaś - funkcję wyrażania wartości (plakat nawoływał do datków z uzasadnieniem, że w ten

sposób można pomóc osobom już chorym na raka). Okazało się, iż tylko w tej drugiej grupie osób postawa wobec składania datków była istotnie skorelowana ze stopniem ceniienia dwóch wartości prospołecznych (Altruizm i Pomocność). Choć wielu autorów zakłada, że wartości wyznaczają postawy, może to być prawdą tylko w odniesieniu do niektórych postaw - tych, których funkcją jest ekspresja wartości.

Na zakończenie warto dodać, że choć klasyczne koncepcje zarówno wartości, jak i postaw traktują je jako trwałe i transsytuacyjne struktury psychiczne, nowsze badania przekonują o bardziej plastycznym czy dynamicznym charakterze tak hierarchii wartości, jak i poszczególnych postaw.

W pewnym badaniu dwukrotnie mierzono hierarchię wartości tych samych osób w odstępie 3 tygodni, przy czym bezpośrednio przed drugim pomiarem badani proszeni byli o napisanie opowiadania rozpoczynającego się od zdania „Janka zastanawia się, czy nie przerwać ciąży” (Seligman, Katz, 1996). U zwolenników dopuszczalności aborcji pisanie spowodowało przesunięcie wartości „wolność” w górę hierarchii, zaś u przeciwników - spadek ważności tej wartości w porównaniu z pomiarem poprzednim. Hierarchia wartości tej samej osoby zmienia się więc w zależności od tego, o czym myśli przed jej pomiarem, co sugeruje, że aktywizacja różnych treści powoduje wydobywanie z umysłu różnych wersji hierarchii wartości. Niektóre z nich mogą być same względnie trwałe i wydobywane w odmiennych kontekstach. W hierarchii wartości formułowanej dla ja (jaki sam powinienem być) dominują wartości egoistyczne, wyrażające koncentrację na własnym interesie (jak niezależny, odważny, inteligentny, ambitny). Natomiast w wersji formułowanej dla innych (jacy inni powinni być) zdecydowanie dominują wartości prospołeczne, wyrażające wyjście poza własny interes (uczciwy, odpowiedzialny, pomagający, grzeczny) (Wojciszke, 1997b). Tak więc ta sama osoba inną wersję hierarchii wartości odnosi do siebie, a inną - do pozostałych ludzi, przy czym zawsze w ten sposób, że służy to jednak jej interesom. Podobną plastyczność obserwuje się w przypadku postaw. Ta sama osoba może ujawniać bardziej lub mniej pozytywną postawę (np. wobec polityków) w zależności od tego, czy bezpośrednio przedtem myślała o mniej lub bardziej przez siebie lubianym polityku (oceniając jego wzrost na prośbę badaczy) (Sia i in., 1997). Nie znaczy to, że ludzie nie mają postawy wobec polityków, lecz że aktualnie używana postawa jest pewną wersją postawy wydobytą z umysłu i przesuniętą w kierunku niedawno aktywizowanych treści związanych z tą postawą.

5.2. GENEZA POSTAW

Zdumiewająco mało wiadomo o genezie wartości. Panuje co prawda powszechna zgoda, że wartości są przez człowieka nabywane w trakcie socjalizacji (jest to wręcz definicyjna cecha socjalizacji), niewiele o tym

procesie wiadomo. Sporo wiadomo natomiast o kształtowaniu postaw. Zgodnie z „soczewkowym” modelem postawy przedstawionym na rysunku 5.2, postawa może się wywodzić z emocji przeżywanych w przeszłości w stosunku do jej obiektu, z przekonań człowieka o jego własnościach oraz z własnych zachowań w stosunku do tego obiektu.

5.2.1. Postawa jako rezultat przekonań

Traktowanie postawy jako rezultatu przekonań wiąże się z założeniem o jej postpoznawczości, a więc poglądem, że nasz stosunek emocjonalny do obiektu wynika ze świadomych przekonań o jego zaletach i wadach. Najbardziej precyzyjnie wyraża to stanowisko koncepcja Fishbeina i Ajzena (1975), którą można nazwać modelem postawy doskonale racjonalnej (termin Nowaka, 1973). Na gruncie tej koncepcji przekonanie oznacza przypisanie obiektowi postawy dowolnej własności (np. „ukończenie studiów podwyższa prestiż społeczny”) w wyniku obserwacji, wnioskowania, bądź otrzymania stosownej informacji od jakiegoś nadawcy. Własność taka może być przypisywana z różną siłą - szacowane prawdopodobieństwo, że dany obiekt posiada daną własność może być różne dla różnych ludzi (niektórzy mocno wierzą w prestiż studiów, inni wierzą w to jedynie słabo). Każde przekonanie implikuje z kolei pewną część ocenę obiektu postawy, w zależności od wartościowości cechy obiektu, o którą idzie (dla niektórych prestiż jest silnie pozytywny, dla innych - dość obojętny). Koncepcja ta zakłada, że ogólna postawa wobec obiektu równa się sumie iloczynów siły przekonań i ocen częściowych implikowanych przez owe przekonania:

$$P_x = \sum p_i o_i \quad [\text{równanie Fishbeina}]$$

gdzie P oznacza postawę wobec obiektu x ; p_i - i -te przekonanie posiadacza postawy na temat obiektu x , czyli subiektywne prawdopodobieństwo, że obiekt x ma cechę i ; o_i - oznacza ocenę częściową cechy i , wreszcie n oznacza liczbę istotnych przekonań o obiekcie x . Ilustrację zastosowania tego równania zawiera tabela 5.1.

Na podstawie znajomości siły przekonań i ich ocen częściowych można zatem przewidzieć postawę wyznawcy tych przekonań wobec danego obiektu. Np. Jaccard i Davidson (1972) ujawnili w trakcie wywiadów z badanymi ich szczegółowe przekonania na temat używania pigułki antykoncepcyjnej (np. „podwyższa satysfakcję erotyczną”, czy „prowadzi do poważnych skutków ubocznych”), po czym wybrali 15 najczęściej powtarzanych przekonań. Skonstruowali z nich kwestionariusz, w którym kilkadziesiąt następnych kobiet wskazywało subiektywną siłę każdego z przekonań (np. jak duże jest prawdopodobieństwo wzrostu satysfakcji erotycznej wskutek używania pigułek) oraz implikowane przez nie oceny częściowe (jak pozytywny jest wzrost

Tabela 5.1. Postawa jako rezultat przekonań według modelu postawy doskonale racjonalnej (przykład hipotetyczny)

	Student Adam			Student Zenek		
cechy studiów:	p	o	po	p	o	po
podnoszą prestiż	0,80	+1	+0,80	0,90	+2	+1,80
opłacalne przedłużają	0,80	+1	+0,80	0,70	+3	+2,10
beztroskę przedłużają	0,70	+1	+0,70	0,70	+2	+1,40
zależność nudne	0,70	-3	-2,10	0,50	-1	-0,50
	0,60	-3	-1,80	0,50	-2	-1,00
postawa globalna	2piOi = -1,60			EpjOi = +3,80		

Uwaga: Hipotetyczne postawy wobec studiów dwóch studentów przekonanych, że studia: (1) podnoszą prestiż, (2) są ekonomicznie opłacalne; (3) przedłużają beztroski okres w życiu; (4) przedłużają okres zależności od innych oraz (5) są nudne. Kolumny p przedstawiają siłę tych przekonań wyrażoną prawdopodobieństwem, że studiom przysługują wymienione cechy. Kolumny o przedstawiają oceny częściowe implikowane - zdaniem każdego z przykładowych studentów - przez każde z tych przekonań o studiach. Studenci Adam i Zenek przypisują wprawdzie studiom te same cechy, jednak z uwagi na różnice w sile przekonań i w ocenach częściowych poszczególnych cech, ogólna postawa Adama do studiów jest negatywna, podczas gdy postawa Zenka jest pozytywna.

satysfakcji erotycznej). Korelacja postaw wyliczonych na podstawie równania Fishbeina z postawami bezpośrednio mierzonymi za pomocą skali postaw wyniosła 0,73. Podobne wyniki przyniosło wiele innych badań, jednak wielkość uzyskiwanych w ten sposób współczynników korelacji silnie zmienia się z badania na badanie. Sugeruje to, że przekonania o obiekcie nie są jedynym wyznacznikiem postawy. Inne ważne wyznaczniki, to emocje i zachowania w stosunku do obiektu postawy.

5.2.2. Postawa jako rezultat emocji

Nasze uczucia w stosunku do ludzi i innych obiektów mogą być dość niezależne od tego, co na ich temat sądzimy. Również postawy mogą pojawiać się bez pośrednictwa przekonań, co łatwo zrozumieć jeśli założyć, że istotą postawy jest skojarzenie jej obiektu z określoną reakcją uczuciową (np. „coca-cola - przyjemność”, czy „Luiza - miłość”). Russell Fazio i współpracownicy założyli (1986), że siła takiego skojarzenia jest równoznaczna z siłą postawy, której wskaźnikiem może być np. czas reakcji na pytania o ocenę obiektu. Jeżeli człowiek szybko decyduje, czy dany obiekt posiada, czy też nie, jakąś silnie wartościowaną cechę to wskazuje, że postawa jest silna (i łatwo dostępna pamięciowo). Jeżeli decyduje powoli, wskazuje to na postawę słabą, tj. słabe skojarzenie obiektu z pozytywnym lub negatywnym stosunkiem emocjonalnym (niewielka dostępność pamięciowa postawy). Fazio wykazał, że samo powtarzanie związku „ocena-obiekt” prowadzi do wzmocnienia postawy (tak jak powtarzanie współwystępowania dwóch dowolnych bodźców nasila skojarzenie między nimi), a postawy ukształtowane w wyniku bezpośredniego kontaktu z ich obiektami cechują się większą siłą od postaw wykształconych na bazie informacji z drugiej ręki.

Podstawowym mechanizmem wykształcania skojarzeń jest warunkowanie klasyczne: pojawianie się obiektu przed lub w towarzystwie dowolnej nagrody prowadzi do pozytywnej postawy wobec tego obiektu, podczas gdy pojawianie się tego samego obiektu przed lub w towarzystwie jakiegoś zdarzenia karzącego prowadzi do wykształcenia się postawy negatywnej. Obiekty pierwotnie obojętne nabierają zatem dodatniego lub ujemnego znaczenia dzięki ich skojarzeniu ze zdarzeniami lub obiektami, które takie znaczenie już posiadają. Takiej genezy postaw dowodzą liczne badania, w których początkowo obojętnymi obiektami były np. słowa bezsensowne albo nazwy mało znanych narodów, zaś bodźcami, które z nimi współwystępowały i „użyczyły” swego znaczenia afektywnego, były słowa o silnie oceniającej treści („szczęśliwy”, „paskudny”), czy nazwiska sławnych ludzi, jak Einstein czy Hitler (Blandford, Sampson, 1964; Staats, Staats, 1958).

Eksperymenty tego typu krytykowano z tego powodu, że badany orientuje się, o co w nich idzie i reaguje na ukryte wymagania sytuacji eksperymentalnej, świadomie podnosząc ocenę obiektów współwyępujących ze zdarzeniami pozytywnymi, a obniżając ocenę obiektów łączonych ze zdarzeniami negatywnymi.

Z jednej strony, na krytykę tę można odpowiedzieć - i co z tego? Dziecko wychowywane przez rodziców orientuje się doskonale, co budzi ich aprobatę, a co - potępienie (jeżeli tylko rodzice są na tyle rozsądni, by mu to jasno okazywać), co tylko ułatwia mu wyuczenie się własnych postaw wobec różnych czynności lub obiektów. Świadomość, za co jest się karanym, a za co nagradzanym, nie tylko uczenia nie wyklucza, ale mu pomaga. Z drugiej strony, istnieją również takie badania, do których krytyka ta po prostu nie ma zastosowania. Np. w jednym z eksperymentów badani otrzymywali pod pewnym pretekstem serie nieprzyjemnych szoków elektrycznych, której początek i koniec sygnalizowało pojawianie się słów „ciemny” i „jasny” (lub na odwrót dla innych badanych). Ponieważ początek serii szoków był nieprzyjemny, a zapowiedź jej końca przyjemna, autorzy (Zanna, Kiesler, Pilkonis, 1970) przewidywali, że słowo zapowiadające początek serii szoków nabierze znaczenia negatywnego, podczas gdy słowo zapowiadające jej koniec - znaczenia pozytywnego. Pomiar znaczenia tych słów za pomocą dyferencjału semantycznego wykazał, że tak rzeczywiście się stało. Pomiar ten przedstawiany był jako część rzekomo odrębnego badania, przeprowadzanego w innym miejscu i przez innego badacza. Szansa, że badani odczytali ukryte wymagania sytuacji eksperymentalnej i pragnęli wystąpić w roli „dobrych” (potwierdzających hipotezy) badanych była więc znikoma. Co więcej, druga część badania ujawniła również generalizację tak uwarunkowanego znaczenia słów „ciemny-jasny” na parę „czarny-biały”. W innym badaniu pokazywano ludziom przezroczą przedstawiającą nieznaną im osobę

w trakcie różnych codziennych czynności. Przed każdym z przezroczy ponadto wyświetlano podprogowo (tj. poza świadomością badanych, bo tylko przez 0,009 sekundy) zdjęcie sceny albo przyjemnej (np. para nowożeńców), albo nieprzyjemnej (np. ludzka czaszka). Badani, u których kojarzono nieznaną osobę z obrazami przyjemnymi miały w stosunku do niej pozytywniejszą postawę i przypisywały jej bardziej pozytywne cechy, niż badani, u których osobę tę kojarzono z obrazami nieprzyjemnymi (Krosnick i in., 1992).

Za pozornie niezrozumiałymi i irracjonalnymi postawami ludzi ukrywać się może proste warunkowanie. Irracjonalna niechęć Twojej przyjaciółki do coca-coli może mieć taką przyczynę, że popiła nią w dzieciństwie potrawę z muchomora sromotnikowego, co zaprowadziło ją w stanie ciężkim do szpitala. Mogła już dawno zapomnieć o tym zdarzeniu, ale głucha niechęć do coli została jej na całe życie. Na podobnej zasadzie nieświadomych skojarzeń nie lubimy ludzi poznanych w nieprzyjemnych warunkach, a większość reklam próbuje wytworzyć w potencjalnych klientach pozytywną postawę wobec produktu, wielokrotnie pokazując go razem z jakimś bodźcem bezwarunkowo wywołującym pozytywne emocje (dobrze ukształtowana blondynka współwystępuje więc z wodą po goleniu, choć sama jej nie używa).

Warunkowanie klasyczne jest mechanizmem kształtowania (i zmieniania już istniejących) postaw, niezależnym od nabywania nowych przekonań o własnościach obiektu postawy. Polega ono na bezpośrednim kształtowaniu stosunku emocjonalnego do obiektu, czemu zresztą może towarzyszyć następca zmiana przekonań o obiekcie. Kiedy jednak postawie wobec jakiegoś obiektu towarzyszy duża ilość wiedzy, ulega ona słabszej zmianie pod wpływem warunkowania klasycznego niż w przypadku obiektów, o których nic jeszcze nie wiemy (co wykazali Cacioppo i in., 1992).

Inny mechanizm tworzenia skojarzeń to warunkowanie sprawcze, które polega na uczeniu się znaczenia pierwotnie obojętnej reakcji dzięki temu, że po niej i zwykle z jej powodu pojawiają się pozytywne lub negatywne dla jednostki zdarzenia. Również ten mechanizm może decydować o kształtowaniu się postaw, czego dowodzą np. badania, w których podczas rozmowy telefonicznej z badanymi na temat pewnej lokalnej imprezy wzmacniano (mówiąc „dobrze, dobrze”) albo pozytywne, albo negatywne wypowiedzi na temat tej imprezy. Przeprowadzony w tydzień później pomiar opinii „na tematy lokalne” wykazał, że osoby, u których wzmacniano pozytywne wypowiedzi o imprezie cechowały się bardziej pozytywnym do niej stosunkiem, niż osoby, u których wzmacniano wypowiedzi negatywne (Ińsko, 1965). Zakres stosowalności warunkowania instrumentalnego jako techniki kształtowania postaw jest jednak bardziej ograniczony, bowiem wymaga ono obserwacji zachowania danej jednostki i stosownego zmieniania działań

dysponenta nagród i kar. A zatem jest tu konieczna indywidualizacja kontaktu między dysponentem wzmocnień a osobą poddaną oddziaływaniom, co utrudnia stosowanie warunkowania instrumentalnego na skalę masową.

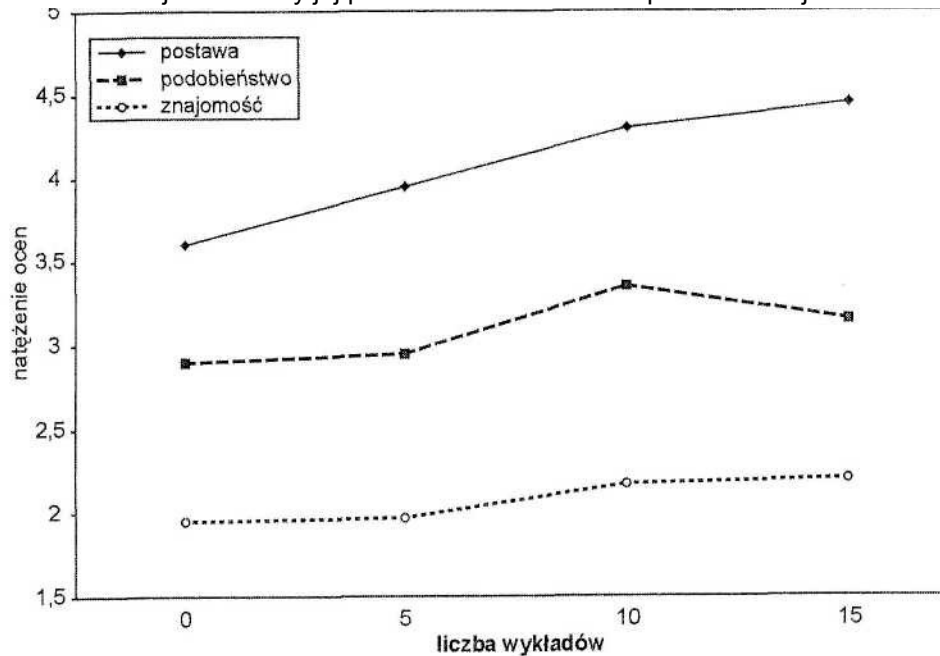
Hitlerowski minister propagandy mawiał: „Powiedz coś ludziom raz - nie uwierzą ci, dziesięć razy - nie uwierzą ci, jednak kiedy powiesz im to sto, albo tysiąc razy - uwierzą ci”. Zasada Goebbelsa jest prymitywna, ale nie należy jej lekceważyć. W końcu Goebbels był znacznie skuteczniejszym propagandystą, niż byśmy sobie tego życzyli. Interesującym poparciem zasady Goebbelsa są badania nad tzw. *zjawiskiem samej ekspozycji* (Zajonc, 1968; 1985). Polegają one na prezentowaniu badanym długich serii obiektów (twarzy ludzkich, słów bezsensownych, figur geometrycznych, melodii), przy czym niektóre z nich prezentuje się raz, inne dwa razy, jeszcze inne - cztery, osiem, czy więcej razy. Następnie „stare” obiekty miesza się z nowymi, prosząc badanych o ocenę, jak dalece lubią każdy z nich, a zwykle i o rozpoznawanie, które z były już eksponowane. Około dwustu badań zgodnie wykazało, że im częściej jakiś obiekt jest eksponowany, tym bardziej jest lubiany - sama ekspozycja obiektu wystarcza więc do jego polubienia (Bornstein, 1989).

W jednym z tego rodzaju badań proszono uczestników wykładu z psychologii społecznej, aby ocenili na jego zakończenie, jak dalece lubią każdą z czterech kobiet, przy czym jedna z nich była na wszystkich 15 wykładach, druga na 10, trzecia na 5, a czwarta nie była na żadnym z poprzednich wykładów. Na rysunku 5.3 widać, że im częściej dana osoba pokazywała się na wykładach, tym bardziej była lubiana przez koleżanki i kolegów, choć zgodnie z instrukcją badaczy nigdy z nikim nie rozmawiała i natychmiast po zajęciach wychodziła z sali.

Dość oczywiste wyjaśnienie tego zjawiska odwołuje się do tezy, że lubienie obiektu często spotykanego ma swe źródło w jego znajomości - obiekty dobrze znane, to takie, po których nie spodziewamy się żadnych nieprzyjemnych niespodzianek, a więc zapewniają one nam pewien komfort psychiczny. Jednakże wyjaśnienie to nie jest zadowalające, ponieważ np. dane z rysunku 5.3 dowodzą, że choć częstość spotykania dziewczyny na wykładach wyraźnie wpływała na oceny jej lubienia, to wcale nie wpływała na poczucie znajomości dziewczyny. Efekt samej ekspozycji występuje nawet wtedy, kiedy „stare” obiekty są eksponowane tak krótko, że badani w ogóle nie zdają sobie sprawy z ich występowania (Kunst-Wilson, Zajonc, 1980). Co więcej, wzrost lubienia bodźców wskutek samej ich ekspozycji jest nawet silniejszy w odniesieniu do bodźców eksponowanych podprogowo, niż bodźców eksponowanych wystarczająco długo, by je świadomie zapamiętać (Bornstein, 1989).

Nieco tajemnicze zjawisko samej ekspozycji tkwi u podłoża skuteczności wielu reklam - każda jest wielokrotnie powtarzana zanim nastąpi jej zużycie,

Rysunek 5.3. Wpływ częstości spotykania nieznaną kobietę na postawę w stosunku do niej oraz oceny jej podobieństwa do siebie i poczucia znajomości



Źródło: Moreland, Beach (1992).

a często budowane są całe rodziny ogłoszeń powtarzających jakiś wybrany element (np. logo firmy). Co więcej, powtarzanie sloganów reklamowych prowadzi także do wzrostu przekonania o ich prawdziwości - im częściej powtarzany slogan, tym bardziej skłonni jesteśmy mu wierzyć pod nieobecność innej informacji na dany temat.

Każdy z nas zna jednak takie obiekty, np. ludzi, których nie znosi mimo wielokrotnego ich spotykania. Jest też wiele poglądów, które musimy wysłuchiwać setki razy, co wcale nie doprowadza nas do ich polubienia, lecz do rozpaczki lub rozjuszenia. Rzecz w tym, że zjawisko samej ekspozycji nie jest oczywiście ani jedynym, ani najważniejszym wyznacznikiem naszych postaw i, co więcej, występuje one jedynie w ograniczonych warunkach. Po pierwsze, obiekt musi być na wstępie neutralny, bądź przynajmniej nieawersyjny - częste spotykanie obiektu budzącego już od początku negatywną reakcję, zwykle tę reakcję nasila (Brickman i in., 1972). Po drugie, obiekt nie może być ekspozycyjny bez przerwy, bo prowadzi to do znudzenia. Po trzecie, obiekty złożone bardziej zyskują na powtarzaniu ich ekspozycji niż obiekty proste, przy których znudzenie następuje znacznie szybciej. Po czwarte wreszcie, efekt samej ekspozycji jest najsilniejszy w odniesieniu do słabo znanych obiektów, a więc kiedy nie dysponuje innymi, ważniejszymi przesłankami postawy.

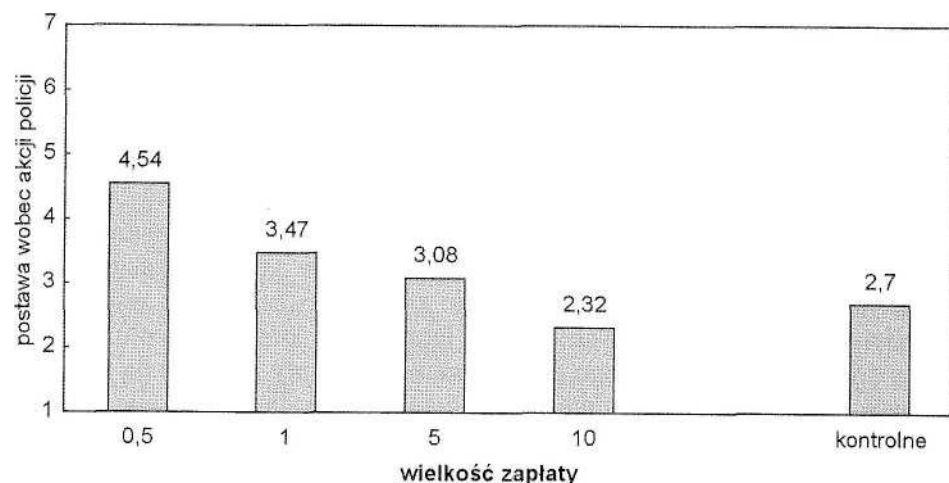
5.2.3. Postawa jako rezultat zachowania

Idea warunkowania sprawczego każe oczekiwać wykształcania się pozytywnej postawy, jeżeli działania na rzecz jej obiektu zostają nagrodzone, a negatywnej - gdy działania takie zostają ukarane. Zdrowy rozsądek podpowiada przy tym, że im silniejsze są wzmocnienia (nagrody i kary), tym bardziej intensywne są wywoływane przez nie postawy. Jednak liczne badania dowodzą, że zachowanie człowieka może wywierać silniejszy wpływ na jego postawy w obecności małych niż dużych nagród i kar.

Jedno z takich badań zostało przeprowadzone wśród studentów pewnego uniwersytetu, na którym doszło do demonstracji i zamieszek brutalnie stłumionych przez policję. Studentów poproszono o napisanie eseju popierającego akcję policji, za co otrzymać mieli nagrodę pieniężną - pół, jednego, pięć lub dziesięć dolarów. Już po napisaniu wypracowania, ewidentnie sprzecznego z ich początkowymi poglądami, zapytano studentów o ich postawę wobec akcji policyjnej. Jak pokazuje rysunek 5.4, im mniejsza była nagroda uzyskana za wypracowanie, tym bardziej pozytywnie byli studenci ustosunkowani do policyjnej akcji.

W innym badaniu zabraniano przedszkolakom bawienia się atrakcyjną zabawką - była to zawsze zabawka druga z kolei pod względem atrakcyjności - spośród kilku niedawno przeniesionych przez badaczy (Aronson, Carlsmith, 1.963). Zakaz podparto groźbą kary albo małej (badacz mówił dziecku, że bardzo się na nie pogniewa), albo dużej (dodawał, że pozabiera swoje

Rysunek 5.4. Paradoksalne skutki silnych nagród: postawa wobec akcji policyjnej w wyniku napisania wypracowania pochwalającego tę akcję przez osoby, które otrzymały za to wypracowanie pieniężną nagrodę różnej wielkości



Warunki kontrolne przedstawiają średnią postawę grupy, która w ogóle nie pisała wypracowania.

Źródło: Cohen (1962).

zabawki i nigdy już nie przyjdzie pobawić się). Wszystkie dzieci usłuchały zakazu bezpośrednio po jego wydaniu, ale kiedy w jakiś czas potem poproszono je raz jeszcze o uporządkowanie zabawek od najbardziej do najmniej lubianej okazało się, iż dla żadnego z dzieci oczekujących dużej kary zakazana zabawka nie stała się mniej atrakcyjna. Wręcz przeciwnie, większość zaczęła się ona bardziej podobać niż przed zakazem - a więc mamy tu do czynienia z urokiem owocu zakazanego, a nie z zamierzoną zmianą upodobań (postaw) pod wpływem kary. Jedynie w warunkach kary małej u wielu dzieci nastąpił spadek atrakcyjności zabawki pod wpływem zakazu i niebawienia się nią (czyli własnego zachowania).

Choć w jednym z tych badań szło o studentów i nagrody, zaś w drugim o przedszkolaków i kary, pokazują one identyczną prawidłowość: wzmocnienia (kary lub nagrody) duże wywierają słabszy wpływ na postawy podanych im osób, niż wzmocnienia małe. Jedno z wyjaśnień tej prawidłowości oferuje teoria dysonansu poznawczego. Zachowanie zarówno przedszkolaków (niebawienie się atrakcyjną zabawką), jak i studentów (po chwalanie policjantów, którzy biją studentów) sprzeczne było z ich postawą. W warunkach dużych wzmocnień, zachowanie to było uzasadnione wysoką nagrodą lub uniknięciem dużej kary. Jednak w warunkach wzmocnień małych, zachowanie to było niewystarczająco uzasadnione - nie uzasadniała go ani własna opinia, ani zewnętrzne zyski czy straty. Ponieważ zaś było ono sprzeczne z osobistą postawą działających, ci starali się usunąć wynikający stąd dysonans przez dostosowanie (pierwotnie odmiennej) postawy do zachowania, którego już nie można było odwołać.

Inne wyjaśnienie zmian opinii zachodzących w sytuacji niewystarczającego uzasadnienia zachowania proponuje teoria atrybucji, a szczególnie teoria autopercepcji postaw przedstawiona na zakończenie tego rozdziału. Zakłada ona, że ludzie wnioskuje o przyczynach swojego postępowania na podstawie obserwacji własnego zachowania i sytuacji, w jakiej do niego dochodzi. W zgodzie z podstawową atrybucyjną różnicą między perspektywą aktora i obserwatora (por. rozdz. 3), wyjaśniając własne zachowanie ludzie poszukują jego przyczyn przede wszystkim w czynnikach zewnętrznych, takich jak kary lub nagrody. Dopiero wtedy, kiedy ich nie znajdują, zwracają się w kierunku ewentualnych wewnętrznych powodów swojego zachowania, takich jak własne opinie. Ponadto, ludzie zwykle poszukują nie wszystkich możliwych powodów własnych działań, lecz takich, które po prostu wystarczą do uzasadnienia swojego postępowania. Z reguły poprzestają więc na jednym jego uzasadnieniu - nawet jeżeli faktycznie dane działanie spowodowane było więcej niż jedną przyczyną.

Jeżeli więc dostrzegamy w zewnętrznych okolicznościach naszego działania jakieś wystarczająco silne jego uzasadnienie - nim właśnie wyjaśniamy własne działanie. Tak dzieje się między innymi w przypadku dużych kar czy

nagród. Niebawienie się atrakcyjną zabawką wyjaśniane jest zagrożeniem dużą karą. Kiedy jednak zastosowana kara (nagroda) jest niewielka, nie wystarcza ona do wyjaśnienia zachowania i wtedy ludzie poszukują dodatkowych, wewnętrznych wyjaśnień. Zatem studenci pochwalający akcję policyjną postępują tak, jakby mówili sobie „Dlaczego pochwaliłem tych gliniarzy (mimo że dostałem za to tylko symboliczne grosze)? Ano dlatego, że ich akcja nie była tak całkiem pozbawiona racji” (por. Aronson, 2000).

Oba te mechanizmy (redukcja dysonansu i uzasadnianie własnego postępowania) wyjaśniają dlaczego małe nagrody i kary za zachowanie sprzeczne z własną opinią silniej wpływają na zmiany tej opinii niż wzmocnienia duże. Jednak tylko drugi z tych mechanizmów wyjaśnia, co się dzieje w sytuacji naduzasadnienia zachowania, w której człowiek otrzymuje zewnętrzne nagrody za postępowanie zgodne z własnymi postawami i upodobaniami (gdzie dysonans nie występuje). W takiej sytuacji człowiek często przestaje lubić daną czynność, ponieważ zaczyna widzieć własne działania jako powodowane chęcią uzyskania nagrody, nie zaś chęcią wykonywania samej czynności.

Przewidywanie to potwierdzono w innym jeszcze badaniu na przedszkolakach, którym zapowiadano nagrody za to, co lubili i mogli robić (nie zaś kary za to, co lubili, a czego nie mogli robić). Do badań wybrano jedynie dzieci lubiące bawić się pewnym rodzajem pisaków (Lepper i in., 1973). Jednej grupie zapowiedziano, że jeżeli będą ładnie rysować, to dostaną Odznakę Dobrego Rysownika - błyszczącą złotą gwiazdę z czerwonymi wstążkami i miejscem na wpisanie własnego imienia. Dzieciom z drugiej grupy nagrody nie zapowiadano, choć również ją dostały. Wreszcie dzieciom z grupy trzeciej, nagrody ani nie zapowiadano, ani nie dawano. W kilka dni później wśród zabawek dostępnych każdemu dziecku ponownie pojawiały się pisaki, badacze zaś przez jednostronne lustro obserwowali, jak wiele czasu dziecko poświęca na zabawę pisakami. Okazało się, że dzieci, które uprzednio rysowały dla uzyskania zapowiedzianej nagrody, bawiły się mazakami o połowę krócej, niż dzieci z dwóch pozostałych grup. Te ostatnie nie lubiły już mazaków tak bardzo, jak na początku. Badanie to pokazuje więc paradoksalne skutki nagrody - miast nasilić lubienie czynności, za którą została ona uzyskana, spowodowała ona skutek dokładnie odwrotny. Podobnie rodzice mogą wygaszać u swoich dzieci zainteresowanie nauką, jeżeli wypłacają im pieniądze za każdą piątkę: nauka przestaje być interesująca, gdyż staje się sposobem na zarabianie. Wzmocnienia (nagrody i kary) oczywiście nie zawsze działają w ten paradoksalny sposób. Liczne badania dowodzą, że nagradzanie zarówno dzieci, jak i dorosłych, nie tylko nie obniża motywacji do nauki, lecz także ją nasila, a kiedy wybitny fizyk dostaje Nagrodę Nobla, wcale nie zachowuje się tak, jakby mówił sobie: „Aha, to ja zajmowałem się fizyką po to, by dostać Nobla. Skoro już go mam, to nie ma sensu nadal się tą nauką zajmować!”.

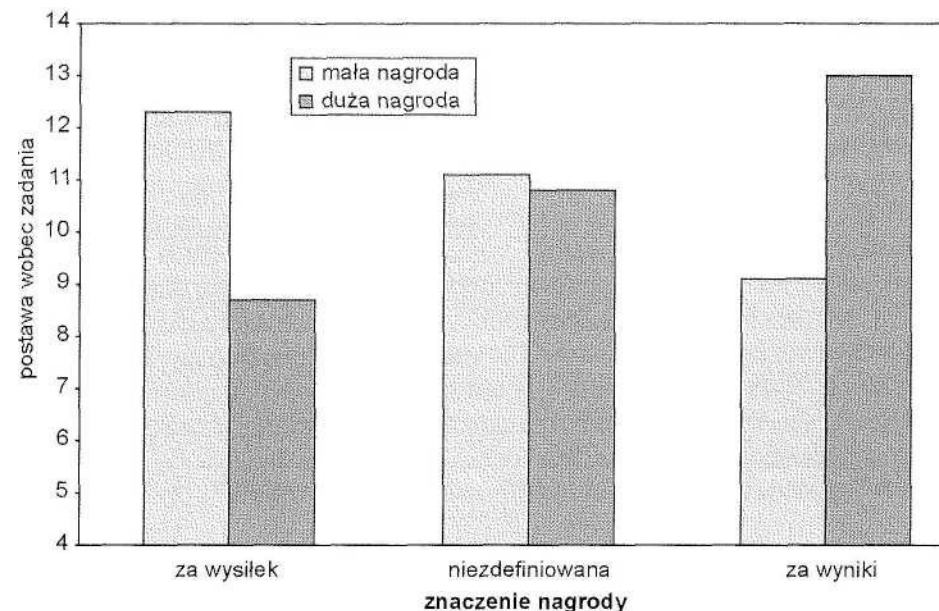
Rzecz w tym, że różne wzmocnienia mogą mieć dla podmiotu różne znaczenia, że uwypuklony może w nich być aspekt albo kontroli, albo kompetencji (Dęci, 1975). Aspekt kontroli polega na tym, że nagroda prowokuje do wysiłku i działania mającego na celu jej uzyskanie. Natomiast aspekt kompetencji polega na tym, że nagroda jest informacją o przejawionym poziomie sprawności, umiejętności czy jakości wyniku. Czynnikiem decydującym o efektach nagrody jest przekazywana przez nią informacja o tym, za co jest ona dawana. Jeżeli nagroda udzielana jest za osiągnięty poziom wyniku, czy umiejętności (uwypuklony jest aspekt kompetencji), oddziałuje ona w normalny sposób - im większa nagroda, tym bardziej dodatni jej wpływ na lubienie danej czynności i dalszą ochotę do jej wykonywania. Nagroda może jednak informować odbiorcę nie tylko o osiągnięciach, ale i o powodach jego działania, o tym, że podjął działanie właśnie po to, by nagrodę zyskać. Jeżeli uwypuklony jest ten aspekt jej treści, to im większa nagroda, tym bardziej ujemny jej wpływ na lubienie danej czynności i dalszą ochotę do jej wykonywania.

Na mocy kulturowej, powszechnie przyjmowanej definicji pewne nagrody mają uwypuklony aspekt kontroli (np. pieniądze), podczas gdy inne mają kulturowo uwypuklony aspekt kompetencji (aprobata, pochwały). Jednakże nawet to samo zdarzenie nagradzające może mieć zarówno jedno, jak i drugie znaczenie, w zależności od szczegółowego przekonania jednostki za co ją otrzymuje. Dowodzi tego przejrzysty eksperyment, w którym badani rozwiązywali serię zagadek, dostając za to małą lub dużą nagrodę pieniężną. Badanym zapowiedziano przy tym, że pieniądze te stanowią zapłatę za udział w eksperymencie (zapłata za wysiłek), bądź też za osiągnięty poziom wyników w rozwiązywaniu zagadek (zapłata za osiągnięcia). Wreszcie jedna trzecia badanych kontrolnych otrzymywała nagrodę nie zapowiedzianą (i nie zdefiniowaną). Na zakończenie wszystkich pytano, jak dalece lubią rozwiązywać ten typ zagadek. Jak pokazuje rysunek 5.5, badani otrzymujący duże nagrody za wysiłek mniej lubili rozwiązywanie zagadek niż badani otrzymujący za to samo nagrody małe lub nie zapowiedziane. Duże nagrody zniechęcały ich do czynności, za jakie były udzielane. Jednakże badani otrzymujący duże nagrody za osiągnięcia nasilili swój pozytywny stosunek do rozwiązywania zagadek w porównaniu z tymi, którzy otrzymali nagrody małe lub nie zapowiedziane.

Własne zachowanie jednostki wywołuje zgodne z nim postawy, jeżeli jest ono spostrzegane jako niewymuszone silnymi czynnikami zewnętrznymi. Działanie na rzecz innej osoby spowoduje wzrost naszej do niej sympatii (a działanie na szkodę - antypatii), pod warunkiem wszakże, że nie jest to działanie przymusowe, „na rozkaz”. Kiedy działanie spostrzegane jest przez jednostkę jako wymuszone naciskiem zewnętrznym (duże kary i nagrody, nadzór szefa, praca na termin, nauka do egzaminu), nie prowadzi ono do powstania zgodnych z nim postaw.

Własne przekonania, emocje i zachowanie nie stanowią jedyne źródła postaw - wiele spośród tych ostatnich jest bowiem w gotowej postaci

Rysunek 5.5. Wpływ informacji wyrażanej przez małą lub dużą nagrodę za wykonywanie zadania na późniejszą postawę wobec tego zadania



Źródło: Enzle, Ross (1978).

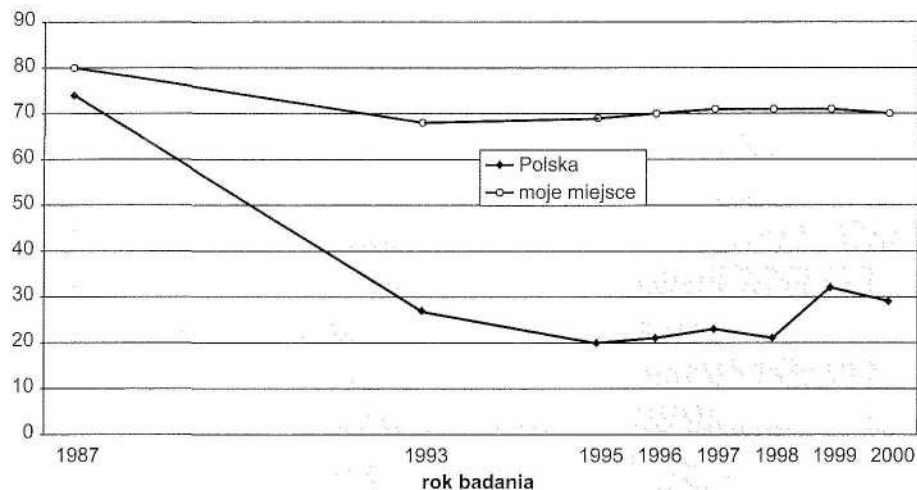
przejmowanych od innych ludzi i ze środków masowego przekazu, co na przykładzie telewizji przedstawia ramka Z ŻYCIA 5.a.

ZŻYCIA 5.a Telewizja a nierealistyczny obraz świata społecznego

W roku 1989 rozpoczęła się w naszym państwie gwałtowna zmiana systemu społecznego. Z kraju realnego socjalizmu (centralnie sterowana gospodarka, monopolistyczne rządy jednej partii, tłumienie wolności obywatelskich), Polska przekształciła się w demokrację rynkową (prywatna przedsiębiorczość, wolności obywatelskie, wielopartyjny system polityczny). Dar wolności okazał się beczką miodu nie pozbawioną sporej łyżki dziegciu - obok wielu korzyści, zmiana systemu przyniosła także niepożądane skutki w postaci np. bezrobocia, wzrostu przestępczości i ogólnego spadku poczucia bezpieczeństwa. Jak wskazują dane Centrum Badania Opinii Społecznej, w drugiej połowie lat 90. tylko 30% Polaków uważało swój kraj za bezpieczny, choć 10 lat wcześniej uważało tak aż 80%. Co interesujące, przekonanie o zagrożeniu w znacznym stopniu dotyczy miejsca, w którym się mieszka, niż kraju jako całości. Prawdopodobnie dlatego, że własne miasto (wieś, osiedle) zna się z osobistego doświadczenia, podczas gdy kraj jako całość zna się z telewizji i prasy.

Podstawowym źródłem dochodu współczesnych stacji telewizyjnych są reklamy - tym zyskowniejsze, im większa oglądalność programów nadawanych przez daną stację. Podstawowymi rodzajami treści nasilającymi oglądalność są przemoc i seks (oraz władza, bogactwo i możliwość podglądania innych). Z trudnych do wyjaśnienia względów, w naszej kulturze o wiele mniej dozwolone jest pokazywanie seksu niż

Rysunek 5.6. Odsetki Polaków uważających Polskę i własne miejsce zamieszkania za bezpieczne (8 prób ogólnopolskich badanych w latach 1987-1999 przez CBOS, N>8000)



Źródło: Strzeszewski (2000b, s. 198),

przemocy, w związku z czym większość stacji telewizyjnych i gazet epatuje swoich odbiorców nieustannymi obrazami przemocy. Prowadzi to do wykształcenia przez telewizzów takiego obrazu świata społecznego, który daleko odbiega od rzeczywistości. Niezliczone seriale policyjne przekonują, że strzelanie do przestępców jest czynnością, której policjanci systematycznie oddają się tuż po deserze, podczas gdy realne statystyki wskazują, iż prawdziwy policjant z Chicago - symbolicznej stolicy przestępczości - strzela raz na... 27 lat (Meyers, 1993). Wieloletni monitoring treści emitowanych przez TV w godzinach największej oglądalności wykazał, że przestępstwa są dokonywane na ekranie przynajmniej 10-krotnie częściej niż w rzeczywistości, zaś grupą zawodową, która najliczniej dopuszcza się wirtualnych zbrodni są... naukowcy (w rzeczywistości - jedna z łagodniejszych grup). Autorzy tych badań (Gerbner, 1987; Gerbner i in., 1986) wykazali także, iż osoby oglądające TV ponad 4 godziny dziennie mają inne poglądy i postawy od osób oglądających ją poniżej 2 godzin dziennie. Ci pierwsi są przekonani m.in. o większej częstotliwości przestępstw, są bardziej uprzedzeni do kobiet i mniejszości rasowych, przeceniają liczbę osób pracujących jako lekarze, prawnicy i sportowcy (główni bohaterowie seriali), a także bardziej uważają naukę za niebezpieczną, zaś samych naukowców za ludzi dziwnych i niezrównoważonych. Są to oczywiście typowe badania korelacyjne, niedowodzące, co jest przyczyną, a co skutkiem, a więc czy oglądanie TV wykształca takie poglądy, czy przeciwnie - posiadanie owych poglądów prowadzi do częstszego oglądania telewizji. Jednak przyczynowego oddziaływania telewizji dowodzi seria badań eksperymentalnych, których uczestnicy oglądali przez tydzień wiadomości telewizyjne spreparowane w taki sposób, że częściej była w nich mowa o pewnych rodzajach treści - np. o zanieczyszczeniu środowiska, albo o inflacji i problemach ekonomicznych. Badani częściej oglądający wiadomości ekonomiczne uważali te problemy za ważniejsze dla kraju i bardziej uzależniali swoją ocenę prezydenta od sposobu, w jaki radzi sobie z ekonomią niż z ekologią, zaś odwrotnie było z badanymi częściej oglądającymi wiadomości dotyczące ekologię. Ogólnie rzecz biorąc, wiele danych przekonuje, że mass media decydują nie tyle o treści postaw, co ważności kwestii, których postawy dotyczą (Pratkanis, Aronson, 2000).

5.3. WPŁYW POSTAW I WARTOŚCI NA PRZETWARZANIE INFORMACJI

Podobnie jak inne struktury wiedzy, wartości i postawy wpływają na przetwarzanie informacji o obiektach, których dotyczą. Wpływ ten polega z jednej strony na ułatwieniu, z drugiej zaś na deformowaniu przetwarzania informacji. Dzięki wykształconej już postawie człowiek nie musi na nowo ustosunkowywać się do obiektu za każdym razem, gdy ten pojawia się w otoczeniu, wskutek czego podejmuje decyzje (wybrać X czy Y) szybciej i z mniejszym wysiłkiem (Fazio i in., 1992). Postawy stanowią więc użyteczne narzędzie przetwarzania danych. Ich wykształcenie pociąga za sobą jednak pewne koszty - jeżeli mamy silną postawę wobec danego obiektu, to z większym trudem zauważamy zachodzące w nim zmiany (Fazio, i in., 2000), a przede wszystkim popadamy w tendencyjne przetwarzanie informacji na jego temat. Tendencyjność ta zaczyna się już w momencie poszukiwania informacji czy „wystawiania” się na ich dopływ z zewnętrznych źródeł, a widoczna jest także w interpretacji danych, wyciąganiu z nich wniosków oraz w ich zapamiętywaniu.

5.3.1. Selektywność poszukiwania informacji

Teoria dysonansu poznawczego każe przewidywać, że w celu potwierdzenia słuszności własnych poglądów aktywnie poszukujemy informacji zgodnych z postawami, zaś aby uniknąć nieprzyjemnego dysonansu unikamy informacji z postawami tymi sprzecznymi. Np. informacja o związkach palenia tytoniu z rakiem płuc chętniej jest poszukiwana przez osoby niepalące niż przez palaczy; natomiast informacja dementująca związek między paleniem i rakiem chętniej jest poszukiwana przez palaczy (Brock, 1965). Starsze badania nad tą hipotezą selektywnej ekspozycji były niezbyt dla niej pochlebne, ponieważ obowiązuje ona jedynie w ograniczonych warunkach (Frey, 1986). Unikanie argumentów sprecznych z własną postawą zanika mianowicie w warunkach wymuszających bezstronność (wskutek np. publicznego charakteru własnego zachowania, czy konieczności wyjaśnienia go innym), gdy sprawa jest dla nas mało ważna, gdy przekonani jesteśmy, że łatwo sobie poradzimy z kontrargumentami, a także wtedy, gdy przygotowujemy się do zmiany własnego poglądu (np. zamierzamy rzucić palenie), a więc w istocie poszukujemy argumentów na rzecz naszego przyszłego, już zmienionego poglądu.

5.3.2. Tendencyjność spostrzeżeń i wniosków

Wspomniana już koncepcja postawy jako skojarzenia obiektu z określoną reakcją uczuciową implikuje, że samo pojawienie się obiektu powoduje aktywność tej reakcji uczuciowej. Dzięki temu reakcja owa wpływa

na przetwarzanie nowych informacji o tym obiekcie, a nawet o innych współwystępujących z nim zdarzeniach.

Dowodzi tego np. badanie, w którym eksperymentalnie wykształcano skojarzenie między obiektami postaw, którymi były różne rodzaje zagadek, a reakcją uczuciową - oceną „interesująca-nieciekawa” (Fazio, Powell, Herr, 1983). Skojarzenia obiekt-postawa wytwarzano na dwa sposoby: albo umożliwiając bezpośredni kontakt z obiektem postawy (badani faktycznie zagadki te rozwiązywali), albo prosząc badanych o wielokrotne powtarzanie tego skojarzenia (badani w kilku wersjach odpowiedzi powtarzali, jaka jest ich postawa wobec różnych łamigłówek). Następnie badani uczestniczyli w kolejnym, rzekomo niezależnym eksperymencie, podczas którego jedna z łamigłówek (lubiana, bądź nielubiana) była eksponowana wśród innych bodźców w trakcie oceniania dwuznacznych informacji powiązanych treściowo z łamigłówkami. Ci badani, którym „przypadkowo” eksponowano ich ulubioną łamigłówkę, interpretowali ową informację w sposób bardziej pozytywny niż badani, którym eksponowano łamigłówkę przez nich nielubianą. Samo pojawienie się obiektu postawy w polu naszego widzenia aktywizuje skojarzoną z nią pozytywną lub negatywną reakcję uczuciową, która utendencynia przetwarzanie aktualnych informacji. Dalsze eksperymenty wykazały, że wpływ reakcji uczuciowej aktywizowanej przez pojawienie się obiektu postawy jest automatyczny (bezwiedny) i niespecyficzny. Np. pojawienie się obiektu obdarzanego silnymi uczuciami pozytywnymi przyspiesza dokonywanie pozytywnych, a opóźnia dokonywanie negatywnych sądów na tematy niezwiązane z tymi obiektami, zaś odwrotnie oddziałuje pojawienie się obiektów silnie negatywnej postawy (Fazio i in., 1986; Bargh, Chaiken i in., 1996).

Aktywizacja stosunku uczuciowego przez samo pojawienie się obiektu postawy wyjaśnia źródło tendencyjnego przetwarzania danych na temat obiektu postawy, a także samopodtrzymujący się charakter postaw. Gdy ponownie napotkamy obiekt postawy, prawdopodobnie zinterpretujemy dotyczące go informacje w sposób raczej zgodny niż sprzeczny z już posiadaną postawą, w szczególności gdy informacje te są wieloznaczne. Jednakże nawet jednoznaczne argumenty są uważane za słabsze, kiedy zaprzeczają dobrze utrwalonej postawie. Np. argument, że dzięki karze śmierci skazany na nią przestępca nigdy już nie dopuści się zbrodni jest bardziej przekonujący dla zwolenników niż przeciwników kary śmierci, ponieważ jedni i drudzy w odmienny sposób nań reagują. Edwards i Smith (1996) wykazali, że argumenty zgodne z własną postawą są przetwarzane krócej i w sposób bardziej automatyczny, zaś argumenty z nią sprzeczne poddawane są dłuższej analizie i krytyce przez celowe wydobywanie z pamięci informacji podtrzymujących początkową postawę. Intensywność obrony postawy i zwalczania sprzecznych argumentów rośnie wraz ze stopniem zaangażowania emocjonalnego posiadacza postawy. W konsekwencji, jeśli zwolennikom i przeciwnikom kary śmierci przedstawić wyniki badania nad skutecznością kary śmierci, jedni

i drudzy wychodzą z tego zabiegu bardziej umocnieni w swoich postawach - bowiem pierwsi przykładają większą wagę do wyników badania, drudzy zaś koncentrują się na słabościach zastosowanej metody badania (Lord, Ross, Lepper, 1979).

Wyznawane przez nas postawy wywierają nie tylko wpływ na spostrzeganie ich obiektów, ale także na spostrzeganie i ocenę innych osób w zależności od tego, jakie są ich poglądy. Postawy stanowią bowiem przesłankę do podziału świata społecznego na swoich (którzy mają tę samą postawę co my) i obcych (którzy mają poglądy odmienne od naszych). Zgodnie z ogólną zasadą faworyzacji własnej grupy, ludzi o postawach podobnych do własnych widzimy w lepszym świetle niż ludzi wyznających poglądy sprzeczne z naszymi (por. też ramka *Z ŻYCIA 3.a*). Na przykład osoby o pozytywnej postawie wobec religii spostrzegają osoby religijne w bardziej pozytywny sposób niż niereligijne, zaś osoby o postawie negatywnej - na odwrót (Wojciszke, 1980).

5.3.3. Selektywność pamięci

Ponieważ informacje sprzeczne z postawami wywołują dysonans, przewidywać można gorsze ich zapamiętywanie niż informacji zgodnych. Choć wczesne badania (sprzed 1960 r.) zdawały się potwierdzać to przewidywanie, wiele późniejszych i bardziej rygorystycznych eksperymentów wykazało, że selektywność pamięci w służbie redukcji dysonansów jest z reguły bardzo niewielka i odpowiada współczynnikowi korelacji rzędu zaledwie 0,11 (Eagly i in., 1999). Selektowność pamięci jest większa dla postaw mocno związanych z wyznawanymi wartościami (są one silniej broniące), a mniejsza dla postaw mocno związanych z bieżącymi celami jednostki (gdyż ich realizacja wymaga obiektywizmu w ocenie informacji). Słabość stwierdzanych efektów selektywności wiąże się także z faktem, że podobnie jak inne struktury wiedzy, postawy wywołują wzrost pamięci związanych z nimi informacji: materiał zarówno zgodny, jak i sprzeczny z postawami jest lepiej zapamiętywany od materiału neutralnego (por. rozdz. 3). W konsekwencji, osoby o neutralnej postawie wobec jakiejś kwestii, gorzej zapamiętują dotyczące jej informacje, niż osoby o postawie wyraźnie pozytywnej lub negatywnej (Hymes, 1986).

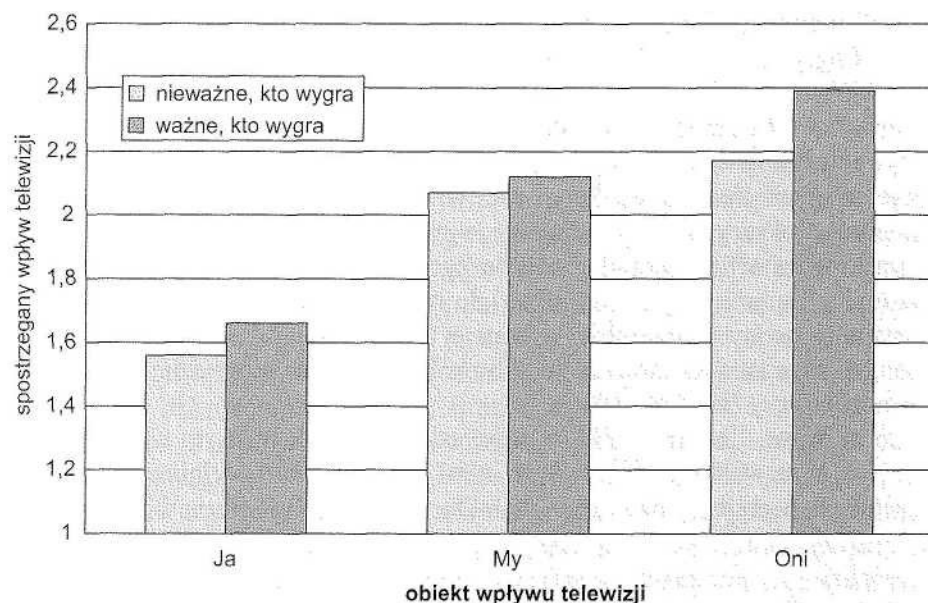
Co ciekawe, bardzo rzadkie są doniesienia o selektywnym wpływie wartości na przetwarzanie informacji, choć wpływ taki powinien często występować, zważywszy centralny charakter wartości. Być może wiele wartości to truizmy kulturowe - są one tak bardzo rozpowszechnione i niekwestionowane, że nie mają za sobą poparcia w postaci powiązanych z nimi poglądów. Sugerują to badania Maio i Olsons (1998), którzy stwierdzili, że przeciętny student potrafi wymienić zaledwie 2 powody, dla których należy postępować zgodnie z wartościami prospołecznymi, takimi jak altruizm czy

ochrona środowiska, a prawie 5 powodów, dla których lubi coca-colę lub fantę. Co ważniejsze, autorzy ci wykazali, że samo myślenie o tym, czy wartości prospołeczne są ważne lub nieważne, wywołuje istotne zmiany w ich subiektywnej ważności (w porównaniu z poprzednim pomiarem sprzed godziny). Efekt ten zanika jednak, jeśli badanych uprzednio zapoznać z licznymi argumentami za postępowaniem zgodnym z wartościami, a więc kiedy dostarczyć poznawczego wsparcia wyznawanym przez nich wartościom.

ZŻYCIA 5.b Wpływ telewizji na wybory polityczne: oni ulegają, ja nie

W potocznym przekonaniu telewizja wywiera ogromny wpływ na ludzkie postawy i opinie, czego świadectwem są np. nieustające boje naszych polityków o panowanie nad telewizją publiczną. W tygodniu poprzedzającym wybory prezydenckie w roku 2000, Krystyna Skarżyńska (2001) pytała reprezentatywną próbę Polaków, jak dalece telewizja wpłynęła na ich decyzje wyborcze (Ja), na decyzje innych ludzi o podobnych poglądach (My) oraz decyzje osób o przeciwnych poglądach politycznych (Oni). Ludzie sądzą, że telewizja nie wpływa na ich decyzje wyborcze, choć sądzą, że wpływa ona na decyzje innych, przede wszystkim przeciwników politycznych („onych”) (por. rys. 5.7). Przekonanie o wpływie telewizji na oceny „onych” jest też silniejsze dla osób bardziej zaangażowanych w politykę, a więc przekonanych, że to ważne, kto wygra wybory.

Rysunek 5.7. Średnia ocena wpływu telewizji na decyzje wyborcze własne (ja), innych ludzi o podobnych poglądach (my) oraz innych osób o przeciwnych poglądach politycznych (oni), w zależności od własnego zaangażowania w politykę



Oceny na skali od 1 (telewizja wcale nie wpływa) do 4 (głównie telewizja wpływa).
Źródło: Skarżyńska (2001, s. 75).

Podsumowane przez Skarżyńską dane wskazują ponadto, że spostrzegana różnica wpływu mediów na własne i cudze poglądy:

- rośnie, kiedy intencja nadawcy jest uważana za negatywną lub nadawca jest widziany jako niewiarygodny;
- rośnie, kiedy przekaz jest uważany za szkodliwy społecznie;
- spada do zmiany znaku włącznie (tzn. siebie uważamy za bardziej uległych niż innych), kiedy wpływ mediów jest uważany za dobroczynny (jak w przypadku przekazów nawołujących do zachowań prozdrowotnych);
- rośnie wraz ze wzrostem poczucia własnych kompetencji w sprawie, której dotyczy przekaz (im bardziej czujemy się kompetentni, tym bardziej nie doceniamy wpływu wywieranego na nas, a przeceniamy wpływ wywierany na innych).

Krótko mówiąc, odpowiedź na pytanie: „Czy na Twoje poglądy lub zachowania wpływa telewizja?” pozostaje w służbie autowaloryzacji i zależy od tego, czy uleganie temu wpływowi dobrze czy źle świadczy o człowieku. Jeżeli świadczy dobrze, to badani przyznają się do takiego wpływu i twierdzą, że bardziej mu ulegają niż inni. Jeżeli świadczy źle, to badani nie przyznają się do takiego wpływu i twierdzą, że to inni (szczególnie przedstawiciele grupy obcej) bardziej temu wpływowi ulegają. Tak czy owak, wyniki tego sondażu (i wielu innych) pokazują, że za pomocą ankiety można się dowiedzieć, jakie opinie ludzie mają, ale nie można się dowiedzieć, co wpływa na te opinie. Ludzie udzielają tu odpowiedzi dobrze o nich świadczących, zapewne wierzą w te odpowiedzi, choć odpowiedzi te mają niewielki związek z rzeczywistością.

Aby zbadać rzeczywisty wpływ telewizji na ludzkie opinie, należy porównywać postawy osób poddanych różnym wpływom. Tak postępowali np. Shanto Iyengar i Donald Kinder (1987), którzy pokazywali swoim badanym 40-minutowe programy telewizyjne przekonujące o ważności zagadnień ekonomicznych, albo ekologicznych, albo związanych z bezpieczeństwem międzynarodowym, a następnie prosili o ocenę funkcjonowania prezydenta (amerykańskiego, był nim w czasie badania J. Carter). Przekazy telewizyjne wyraźnie kształtowały kryteria oceny prezydenta: ci, którzy oglądali programy ekonomiczne, najsilniej opierali swoje oceny na osiągnięciach prezydenta w dziedzinie ekonomii; ci, którzy oglądali programy ekologiczne zwracali uwagę na jego osiągnięcia w zakresie ekologii itd. Telewizja wpływa na nasze poglądy i zachowania, czy sobie zdajemy z tego sprawę, czy nie, choć wpływ ten może być dość subtelny i polegać nie tyle na dosłownym implantowaniu jakichś poglądów, ile na określaniu, co jest ważne, a co błahe, na czym opierać oceny polityka, a co pominąć.

5.4. WPŁYW POSTAW NA ZACHOWANIE

Oczywistym powodem popularności problematyki postaw w psychologii społecznej jest oczekiwanie silnego związku postaw z zachowaniem: pozytywnemu stosunkowi człowieka do jakiegokolwiek obiektu towarzyszą takie jego zachowania, które wyrażają aprobatę, ochronę lub działanie na rzecz tego obiektu, natomiast stosunkowi negatywnemu - zachowania wyrażające potępienie, zwalczanie, lub działanie na szkodę tegoż obiektu. Bezpośrednią konsekwencją tej tezy jest pogląd, że przewidywanie ludzkich zachowań jest proste i łatwe, jeżeli tylko dysponujemy wiarygodnymi metodami pomiaru postaw, których przejawami są przewidywane zachowania.

Ten optymizm został mocno nadszarpnięty pod koniec lat 60., kiedy to pojawiło się jednak wiele prac podsumowujących dziesiątki badań sugerujących, że zgodność postaw z wyrażającymi je zachowaniami jest daleka od

doskonałości (Wicker, 1969). Np. stwierdzono, że w ok. 250 hotelikach lub restauracjach bez obiekcji obsłużono parę Chińczyków, choć w późniejszej ankiecie ponad 90% właścicieli tych obiektów deklarowało uprzedzenia i niechęć do przyjmowania Chińczyków (LaPierre, 1934). Metaanalizy późniejszych badań wykazały, że średnia korelacja postaw z zachowaniem wynosi 0,39 (Eckes, Six, 1992 - dla 501 badań oraz Kraus, 1995 - dla 88 badań). Jest to jednak wartość jedynie przeciętna, co oznacza, że niekiedy zachowania są uzależnione bardzo silnie od odpowiednich postaw, niekiedy zaś związku takiego wcale się nie stwierdza. Oznacza to, że istnieć muszą jakieś dodatkowe czynniki decydujące o tym, że czasami postawy wpływają, a czasami nie wpływają na zachowanie. Poszukiwania te podporządkowane były zwykle jednej z trzech strategii (Wojciszke, 2000): metodologicznej (dopasowanie metod pomiaru postaw i zachowań), strategii poszukiwania moderatorów zgodności (dodatkowych czynników, od których występowanie zgodności zależy) oraz strategii poszukiwania mediatorów (procesów psychicznych, za pośrednictwem których postawy wpływają na zachowanie).

5.4.1. Dopasowanie postaw i zachowań

Strategia metodologiczna zakłada, że zgodność postaw z zachowaniem jest w rzeczywistości duża, natomiast wiele badań nie jest w stanie jej wykazać, ponieważ dopuszczają się one jednego z dwóch grzechów. Albo posługują się pojedynczymi aktami behawioralnymi jako wskaźnikami zachowania, albo porównują szczegółowe zachowania z ogólnymi postawami. Remedium na te dwie usterki są, odpowiednio, *a g r e g a c j a d a n y c h o z a c h o w a n i u i k o n k r e t y z a c j a m i e r z o n e j p o s t a w y*.

Wskaźnikiem zachowania jakiegoś rodzaju może być albo pojedynczy akt zachowania (np. wskaźnikiem religijności może być obecność w kościele w ostatnią niedzielę), albo zagregowane (uśrednione czy zsumowane) dane o licznych aktach (a więc nie tylko chodzenie do kościoła, ale i modlenie się, przestrzeganie różnych nakazów itp.). Jednorazowy pomiar zachowania jest oczywiście narażony na brak rzetelności (nawet człowiek bardzo religijny mógł zachorować i nie pójść do kościoła) i brak trafności, ponieważ pojedyncza reakcja może zależeć od innych niż postawa wyznaczników i nie być reprezentatywna dla całego zbioru zachowań wyrażających postawę (np. ktoś może rzadko chodzić do kościoła w niedzielę, bo studiuje zaocznie). Stąd też zgodność zachowania z postawami jest zwykle znacznie większa dla wskaźników zagregowanych niż pojedynczych. Np. zgodność postawy wobec religii z pojedynczym zachowaniem religijnym wynosi przeciętnie 0,14, choć dla wskaźnika agregującego dane o 100 różnych zachowaniach wynosi aż 0,63 (Fishbein, Ajzen, 1974).

Jednak nawet pojedyncze zachowanie może być dobrze przewidywane, jeżeli tylko stanowiąca źródło przewidywań postawa jest równie szczegółowa,

jak przewidywane zachowanie (Ajzen, Fishbein, 1977). Np. w jednym z badań przewidywano częstość używania pigułki antykoncepcyjnej na podstawie pomiaru szeregu coraz to bardziej konkretnych postaw, a więc (a) postaw wobec kontroli urodzin, wobec (b) pigułki antykoncepcyjnej, (c) używania pigułki, wreszcie (d) wobec używania pigułki przez te dwa lata, w ciągu których mierzono faktyczne zachowania. Im bardziej konkretna była postawa, tym silniejszy był jej związek z faktycznym używaniem pigułki: w przypadku (a) korelacja wyniosła tylko 0,08 zaś w przypadku (d) aż 0,57 (Davidson, Jaccard, 1979). Ponieważ postawa wobec określonego działania skierowanego na obiekt jest zwykle konkretniejsza od ogólnej postawy wobec tego obiektu, ta pierwsza jest też lepszym predyktorem działania, niż ta druga - co stanowi ważną przesłankę omawianej dalej teorii działań przemysłanych.

Niedostosowanie poziomów predyktora i zachowania może być ważą przyczyną słabości związków wartości z zachowaniem - choć wartości wiążą się z licznymi zachowaniami, związki te są z reguły słabe (Rokeach, 1973). Wartości jednak są niezmiernie abstrakcyjne, a zachowania - konkretne.

5.4.2. Moderatory zgodności

Stopień zgodności zachowania z postawą zależy ponadto od innych, „trzecich” zmiennych, zwanych moderatorami (modyfikatorami) zgodności. Zmienne te mogą się wiązać z cechami sytuacji, w której dochodzi do danego zachowania, z cechami samego zachowania, a także z cechami postawy.

Robert Abelson (1982) wyróżnił trzy interesujące z tego punktu widzenia typy sytuacji: indywidualujące, dezindywiduujące i skryptowe. *S y t u a c j e i n d y w i d u u j ą c e* to warunki umożliwiające zachowanie się zgodne z naszymi preferencjami, nakłaniające do myślenia o sobie lub o własnych poglądach i zachęcające do wykorzystywania płynących stąd wniosków w działaniu. Najlepiej poznaną klasą takich sytuacji są warunki autokoncentracji, owocujące wzrostem zgodności zachowania z własnymi poglądami (por. rozdz. 4). Podobny wpływ wywiera sytuacyjnie wzbudzone myślenie o własnej postawie tuż przed wykonaniem związanego z nią zachowania (Snyder, Gangestad, 1982). *S y t u a c j e d e z i n d y w i d u u j ą c e* to warunki, w których następuje czasowe nasilenie identyfikacji jednostki z jakąś grupą, jej symbolami i wartościami w takim stopniu, że osobiste wartości i opinie jednostki przestają regulować jej zachowanie (demonstracja, strajk). Zgodność zachowania z indywidualnymi poglądami czy postawami poszczególnych członków grupy zanika w tych warunkach, ponieważ sensem zachowania staje się nie ekspresja siebie, lecz wyrażanie symbolicznych wartości grupy (stopień uczestniczenia w strajku z reguły nie ma związku z postawą poszczególnych uczestników wobec pracy). Wreszcie *s y t u a c j e s k r y p t o w e* to warunki, które mniej lub bardziej automatycznie inicjują gotowy już ciąg działań, czyli skrypt (por. rozdz. 2), dobrze utrwalony i mniej

więcej jednakowy dla wszystkich osób posiadających ten skrypt. Podczas wojskowej parady, egzaminu czy pogrzebu wszyscy zachowujemy się w bardzo podobny sposób, ponieważ dla każdej z tych sytuacji istnieje dość sprecyzowany scenariusz zachowań wykluczający wpływ własnych postaw czy upodobań uczestników na ich zachowania. W ten właśnie sposób Abelson wyjaśnia np. przytoczony poprzednio wynik LaPierre'a, że nawet uprzedzeni do Chińczyków właściciele hotelików obsługują ich podobnie jak wszystkich innych klientów. Przyjmując nowego klienta, właściciel hotelu nie zastanawia się nad swoimi postawami rasowymi, lecz realizuje skrypt „przyjmowanie nowego gościa”, a więc zapisuje go do książki meldunkowej, sprawdza jego potencjalną wypłacalność (a nie rasę) itd.

Tak więc tylko niektóre sytuacje umożliwiają ujawnienie się własnych postaw w zachowaniu uczestniczących w nich osób. Inne sytuacje wymuszają jednakowe zachowania wszystkich uczestników dlatego, że inicjują realizację określonego skryptu, albo dlatego, że jednostka wyraża w nich wolę i wartości raczej grupy niż własne.

Własnością zachowania warunkującą jego zgodność z postawami jest przede wszystkim znaczenie tego zachowania dla działającego człowieka. Np. w pewnym „socjologicznym” -jak powiedziano uczestnikom - badaniu, studentka pytała innych studentów o ich opinię na temat cyklu zajęć uniwersyteckich, na które uczęszczali jako słuchacze. Na zakończenie pytała badanych, czy poleciliby uczestnictwo w tych zajęciach innym studentom. Kiedy ostatnie pytanie przedstawiono jako dalszy ciąg badania socjologicznego, związek własnej opinii studentów do zajęć z polecaniem ich innym był niewielki - korelacja postawa-zachowanie wyniosła jedynie 0,27. Kiedy jednak prowadząca badanie przedstawiała to pytanie jako osobistą prośbę o poradę (czy ma wziąć udział w tych zajęciach, czy nie), korelacja ta znacznie wzrosła - do wartości 0,62 (Salancik, 1982). Kiedy sensem zachowania była osobista porada dla innego człowieka, rekomendowanie zajęć traktowano jako wyraz osobistej postawy radzącego i zgodność rzeczywistego postępowania z tą postawą była duża. Kiedy jednak sensem zachowania stała się merytoryczna, obiektywna ocena zajęć, jego zgodność z osobistą postawą oceniającego spadała, ponieważ zachowanie to nie było przez niego traktowane jako wyraz jego subiektywnego stosunku do tych zajęć. W podobny sposób wyjaśniać można fakt, że nasze zachowanie w stosunku do przedstawiciela jakiejś grupy społecznej tym bardziej jest zgodne z naszym stosunkiem do tej grupy, im bardziej dana osoba jest typowym przedstawicielem danej grupy (Lord i in., 1984). Jeżeli więc nie znosimy np. policjantów, uważając ich za bezmyślnych brutalnych, to nasze zachowanie w stosunku do nietypowego (np. inteligentnego) policjanta będzie niezgodne z tą postawą, ponieważ zmienia się nasze pojmowanie sensu tego zachowania - nie jest to już zachowanie wobec policjantów, lecz wobec inteligentnego człowieka.

Cechami postawy decydującymi o zgodności postawa-zachowanie są jej ważność, bezpośredniość genezy postawy i stopień wewnętrznej jednorod-

ności. Postawy ważne, dotyczące kwestii mających bezpośredni wpływ na nasze losy chętniej oczywiście wprowadzamy w życie, niż postawy wobec kwestii, które nas nie dotyczą. Podobnie postawy wywodzące się z osobistych doświadczeń z danym obiektem generują zachowania bardziej z nimi zgodne, gdyż postawy te są dla nas ważniejsze, jaśniej zdefiniowane i bardziej odporne na zmianę od postaw przejętych od innych ludzi (Fazio, Zanna, 1981).

Odwołując się do omawianego na wstępie równania Fishbeina powiedzieć można, że postawa jest tym bardziej jednolita ewaluatywnie (pozbawiona ambiwalencji), im bardziej są do siebie nawzajem zbliżone poszczególne oceny częściowe danego obiektu, wynikające z naszych szczegółowych przekonań na temat tego obiektu. Postawa jest natomiast tym bardziej ambiwalentna, im większy jest rozrzut ocen poszczególnych aspektów obiektu tejże postawy. W tym pierwszym przypadku, wszystkie kolejne aspekty obiektu postawy implikują takie same (pozytywne lub negatywne) zachowania wobec niego. W tym drugim - niektóre przekonania o obiekcie postawy implikują pozytywność, podczas gdy inne - negatywność tych zachowań. Stąd też im bardziej jednorodne ewaluatywnie są nasze przekonania o obiekcie postawy, tym większa zgodność naszego zachowania z tymi postawami (Eagly, Chaiken, 1993).

Zgodność zachowania z postawą zależy więc od tego, jaka to postawa, jakie to zachowanie i w jakich warunkach do niego dochodzi. Tego rodzaju wyliczanki moderatorów zgodności nie są oczywiście w stanie zastąpić teorii opisującej procesy psychiczne pośredniczące między postawą i zachowaniem. Jej sformułowanie to zadanie trzeciej strategii rozwiązania problemu zgodności, która stara się odpowiedzieć nie tylko na pytanie kiedy, ale i na pytanie w jakich sposobach postawy wpływają na zachowanie.

5.4.3. Mediatory zgodności

Postawy mogą wpływać na zachowanie, albo kształtując sposób spostrzegania ich obiektu, albo kształtując świadome intencje zachowania się w ten, a nie inny sposób wobec danego obiektu (Fazio, 1990). Pozytywna postawa wobec teściowej może więc prowadzić do prawienia jej komplementów i sprawiania drobnych przyjemności na zasadzie automatycznej interpretacji jej zachowań w pozytywny sposób, co prowadzi do równie pozytywnych własnych zachowań (widzimy, że jest miła, więc stosownie do tego reagujemy), albo na zasadzie świadomej intencji (lubię ją, więc powiem jej coś miłego).

Pierwszy z tych mechanizmów bazuje na omówionym poprzednio wpływie postawy na sposób spostrzegania jej obiektu, na interpretację jego zachowań i na selektywność zapamiętywania danych o tym obiekcie. Ilustruje go górna część rysunku 5.8. Kluczowe dla tego modelu (sformułowanego przez Fazio,

1986) jest pojęcie aktywizacji postawy. Jak wykazały poprzednio omawiane badania, postawa ulega aktywizacji wskutek samego pojawienia się jej obiektu w polu naszego widzenia. Przeżywanie nawet słabych pozytywnych uczuć w trakcie spostrzegania danego obiektu powoduje tendencyjność w przetwarzaniu informacji na jego temat, np. selektywnie zauważamy zgodne z przeżywanym afektem, pozytywne cechy obiektu, lub uważamy dane pozytywne za bardziej wiarygodne od negatywnych. W rezultacie widzimy własności obiektu jako bardziej pozytywne niż w przypadku braku postawy, a cały kontakt z obiektem jest definiowany jako przyjemny i pozytywny, co prowadzi do własnego zachowania zgodnego z tą definicją. Jednakże (jak ilustruje rysunek 5.8) definicja zdarzenia uwarunkowana jest nie tylko spostrzeganiem obiektu postawy, ale także definicją sytuacji i normami zachowania w danej sytuacji. Jeżeli uczeń spotyka się np. z agresją ze strony swego nauczyciela, to sposób widzenia nauczyciela dyktuje silnie negatywne zachowanie w stosunku do niego. Jednak uczeń zdaje sobie sprawę z norm nakazujących szacunek dla nauczyciela i z negatywnych dla siebie konsekwencji ich złamania, co w oczywisty sposób będzie go powstrzymywać od ujawnienia swojej postawy w zachowaniu.

Za modelem tym przemawia wzrost zgodności zachowania z postawą wskutek wzmacniania tej ostatniej, np. przez nasilanie skojarzenia między

Rysunek 5.8. Dwa modele procesów psychicznych pośredniczących między postawą a zachowaniem: tendencyjne spostrzeganie obiektu postawy (Fazio, 1986) i teoria działań przemyślanych (Ajzen, Fishbein, 1980)



Źródło: Fazio (1990).

widokiem obiektu postawy, a emocjonalnym doświadczeniem skutkiem wielokrotnego przypominania o tym skojarzeniu (Fazio i in., 1982). Zgodność rośnie także wtedy, kiedy postawa niekoniecznie jest silna, ale kiedy ją sobie przypomnimy tuż przed wykonaniem krytycznego zachowania (a więc kiedy zostanie zaktywizowana w momencie zachowania). Np. w pewnym eksperymencie stawiano ludzi w sytuacji wyboru - wziąć czy nie wziąć udziału w badaniu psychologicznym, do którego zapraszało ogłoszenie na plakacie. Choć poprzednie pomiary wykazały, że wszyscy mieli pozytywną postawę wobec badań psychologicznych, tylko 25% zdecydowało się na udział w badaniu. Jednak procent ten rósł do 60, kiedy w momencie czytania ogłoszenia, stojący obok inny student (w rzeczywistości pozorant) mówił do nich: „To, czy weźmiesz w tym udział czy nie, zależy od tego, co myślisz o eksperymentach psychologicznych” (Snyder, Kendzierski, 1982).

Istotną cechą modelu Fazio jest automatyczny, niekoniecznie uświadamiany charakter procesów psychicznych pośredniczących między postawą a wyrażającym ją zachowaniem. Natomiast w pełni uświadamiany, kontrolowany przebieg procesów prowadzących do wpływu postawy na zachowanie postuluje teoria działań przemyślanych Ajzena i Fishbeina (1980), przedstawiona w dolnej części rys. 5.8. Zgodnie z nią zachowanie jest bezpośrednią konsekwencją świadomej intencji działającego człowieka. Treść intencji uwarunkowana jest dwoma czynnikami: postawą wobec danego działania (która z kolei zależy od przekonania, że działanie prowadzi do określonych rezultatów i od ich oceny) oraz subiektywnej treści norm społecznych dotyczących danego zachowania. Taka subiektywna norma zależy z kolei od przekonania człowieka, że inni, ważni dla niego ludzie uważają, że powinien się w dany sposób zachować oraz od motywacji do ulegania tym wymaganiom. Zgodność rzeczywistego zachowania z postawą jest więc tym większa, im słabiej intencja jest uzależniona od norm obowiązujących (zdaniem działającego człowieka) w danej sytuacji. W szczególności, kiedy inni oczekują zachowań sprzecznych z intencją podsuwaną nam przez własną postawę, a nasza motywacja do ulegania temu naciskowi jest duża (np. dlatego, że inni dysponują silnymi nagrodami czy karami), związek zachowania z własną do niego postawą ulega zupełnemu zanikowi.

Ogólnie rzecz biorąc, teorię działań przemyślanych potwierdza wiele badań, choć wymaga ona też pewnych modyfikacji. Po pierwsze, intencje zależą nie tylko od postawy wobec zachowania i subiektywnej normy, ale ponadto od trzeciego czynnika, jakim jest spostrzegana przez człowieka kontrola zachowania, czyli oczekiwanie, że jest w stanie zachowanie to wykonać. Koncepcję zmodyfikowaną o ten trzeci czynnik Ajzen (1988) nazwał teorią zachowań planowych. Po drugie, postawa nie zawsze wpływa na zachowanie za pośrednictwem świadomych intencji. Metaanalizy Ouellette i Wood (1998) wykazały, że intencje odgrywają dużą rolę w przypadku zachowań rzadko wykonywanych (np. krwiodawstwo),

natomiast w przypadku zachowań nawykowych (jak zapinanie pasów bezpieczeństwa) intencja jest znacznie słabszym predyktorem zachowania niż to, co człowiek robił w przeszłości. Oczywiście również model Fazio z rysunku 5.8 zakłada, że świadome intencje w ogóle nie są potrzebne do wpływu postawy na zachowanie. Jak więc jest możliwe, aby oba modele procesów łączących postawę z zachowaniem były prawdziwe? W odpowiedzi na to pytanie pomaga właśnie fakt, że model Fazio postuluje automatyczność procesów pośredniczących między postawą a zachowaniem, podczas gdy teoria działań przemysłanych postuluje świadomy, kontrolowany przebieg tych procesów.

Ponieważ świadome, rozmyślne przetwarzanie informacji następuje wtedy, kiedy zarówno coś nas motywuje do takich rozmyślań, jak i kiedy sytuacyjne warunki umożliwiają nam ich przeprowadzenie (por. rozdz. 3), procesy postulowane przez teorię działań przemysłanych obowiązują wtedy, gdy jest i motywacja, i warunki do myślenia o własnych postawach. Kiedy natomiast zabraknie albo motywacji, albo odpowiednich do myślenia warunków, wówczas zgodność zachowania z postawami występuje (jeżeli w ogóle występuje) na mocy drugiego z mechanizmów przedstawionych na rysunku 5.8. Przewidywanie to potwierdził eksperyment, w którym wytwarzano w badanych pozytywną postawę wobec jednego domu towarowego (nazwijmy go „Nowak”), negatywną zaś wobec innego domu towarowego (nazwijmy go „Kowalski”). Osiągnano to przez podawanie więcej pozytywnych informacji o sklepie Nowaka i więcej negatywnych wiadomości o sklepie Kowalskiego. Jednak wśród nietypowych, negatywnych informacji o sklepie Nowaka, były dane o złym poziomie działu ze sprzętem fotograficznym, zaś wśród nietypowych, pozytywnych informacji o sklepie Kowalskiego - dane o świetnym poziomie tego właśnie działu. Zadaniem badanych było podjęcie decyzji, w którym domu towarowym kupiliby aparat fotograficzny. U połowy badanych wzbudzono motywację do przemyślenia swojej decyzji (zapowiedziano im konieczność uzasadnienia decyzji i jej porównywanie z decyzjami innych osób), u połowy nie wzbudzano tej motywacji. Niezależnie od tego, części badanych z każdej grupy pozostawiono nieograniczoną ilość czasu na podjęcie tej decyzji, części zaś dano na nią tylko 15 sekund. Teoria działań przemysłanych dyktuje w tej sytuacji kupowanie u Kowalskiego, sklepie ogólnie złym, ale z dobrym sprzętem fotograficznym. Natomiast koncepcja automatycznego wprowadzania własnej postawy w działanie dyktowała kupowanie u Nowaka, a więc w sklepie, w stosunku do którego ma się pozytywną postawę. Badani decydowali się na kupowanie aparatu u Kowalskiego tylko wtedy, kiedy byli zarówno motywowani do przemyślenia swej decyzji i mieli na to czas. We wszystkich pozostałych warunkach badani wykazywali automatyczną tendencję do kupowania u Nowaka, a więc w sklepie ogólnie lubianym (Sanbonmatsu, Fazio, 1990).

Reasumując, dwa rodzaje procesów pośredniczą między postawą a zachowaniem: postawa może decydować o ukształtowaniu świadomej intencji

działania w określony sposób, bądź też postawa może pozytywnie lub negatywnie utendecyjniać spostrzeganie aktualnych własności jej obiektu, co prowadzi do odpowiednio pozytywnych lub negatywnych zachowań skierowanych na obiekt. Pierwszy z tych procesów występuje jedynie wtedy, kiedy istnieje zarówno motywacja do przemyślenia konsekwencji własnej postawy, jak i sytuacyjne warunki umożliwiające przeprowadzenie takich deliberacji. Drugi z tych procesów ma automatyczny charakter, może więc występować zarówno pod nieobecność szczególnej motywacji, jak i możliwości przemyślenia własnych decyzji. Nietrudno zauważyć, że oddziaływanie większości poprzednio omawianych moderatorów zgodności między postawą a zachowaniem da się wyjaśnić odwołaniem się do tych automatycznych, bądź przemyślanych procesów pośredniczących między postawą i zachowaniem. Choć problemu zgodności zachowania z wartościami dotyczyło znacznie mniej badań, prawdopodobnie obowiązują tu te same prawidłowości. Np. Mirosław Kofta (1982) wykazał, że wzrost zgodności między rzeczywistą pomocą a stopniem cenięcia sobie wartości „pomaganie” rośnie, kiedy człowiek bezpośrednio przedtem wybiera między różnymi jej formami. Swoboda wyboru nasila więc postępowanie w zgodzie z wyznawanymi wartościami - prawdopodobnie dlatego, że wybór oznacza konieczność przemyślenia własnych preferencji, co włącza kontrolowane przetwarzanie informacji.

5.5. PODSUMOWANIE

Wartość to pozytywna postawa wobec abstrakcyjnego celu życiowego - stanu końcowego, do którego powinno się zmierzać lub określonego sposobu postępowania. Postawa to względnie stała tendencja do pozytywnego lub negatywnego wartościowania jakiegoś obiektu, a więc oceniania go i/lub reagowania nań określonymi emocjami. Postawy różnią się znakiem, natężeniem i spełnianą funkcją. Postawa może wykształcać się na bazie własnych doświadczeń (dotychczasowe emocje, przekonania i zachowania związane z jej obiektem) bądź też przejmowana jest od innych osób. Silna postawa ułatwia i zniekształca przetwarzanie informacji na temat jej obiektu. W pewnych warunkach selektywnie poszukujemy informacji zgodnych z własną postawą, a unikamy informacji niezgodnych, lepiej zapamiętujemy informacje związane (szczególnie zgodne) z postawą, wreszcie spostrzegamy obiekt postaw tendencyjnie, a więc w taki sposób, że postawa ulega utrwaleniu i samopodtrzymaniu. Postawa wpływa na zachowanie na mocy co najmniej dwóch mechanizmów - przez automatyczne kształtowanie sposobu spostrzegania obiektu i przez kontrolowane kształtowanie świadomych intencji kierowanych na obiekt.

KONCEPCJA 5

Teoria autopercepcji

Zasadnicze twierdzenia teorii autopercepcji postaw sformułowanej przez Daryla Bema (1967; 1972), przedstawiają się następująco:

- 1) Człowiek uczy się rozpoznawać własne stany i cechy (np. postawy) w podobny sposób do tego, w jaki uczy się rozpoznawać stany innych ludzi - na podstawie obserwacji własnego zachowania i warunków, w jakich ma ono miejsce.
- 2) Im słabsze, mniej wyraźne i jednoznaczne są wskaźniki wewnętrzne (możliwe przyczyny zachowań tkwiące we własnej osobowości, np. postawy), tym większą rolę we wnioskowaniu o sobie odgrywają wskaźniki zewnętrzne, tkwiące w zachowaniu i sytuacyjnych warunkach kontrolujących to zachowanie.
- 3) Jeżeli jakieś własne zachowanie jest przez człowieka spostrzegane jako uzależnione od sytuacyjnych warunków, które je w widoczny sposób wywołują i wyjaśniają, to zachowanie to nie staje się podstawą do wnioskowania przez jednostkę o jej własnych cechach (postawach), a jego przyczyna jest upatrywana w sytuacji. Pomysłowej weryfikacji teorii autopercepcji postaw dokonali Chaiken i Baldwin (1981), prosząc badanych o przypominać sobie własnych zachowań związanych z ochroną środowiska, a dopiero potem mierząc ich postawę wobec tej sprawy.

Część badanych wypełniała kwestionariusz zachowań skonstruowany w taki sposób, że uwypuklał on zachowania chroniące środowisko (np. zawierał pozycję „Czas am i wrzucam czyjeś napotkane śmieci do kosza”), a utrudniał ich widzenie jako niszczących środowisko naturalne („Często śmieczę”). Drugą część badanych wypełniała kwestionariusz skonstruowany w sposób utrudniający widzenie własnych zachowań jako chroniących środowisko (np. „Często wrzucam czyjeś napotkane śmieci do kosza”), zaś uwypuklający własne zachowania niszczące środowiska (np. „Czasami śmieczę”). Zgodnie z teorią Bema, badani którym uwypuklono ich zachowania jako chroniące środowisko, ujawnili bardziej pozytywną postawę wobec ochrony środowiska naturalnego niż badani, którym uwypuklono zachowania niszczące środowisko. Jak jednak ilustruje tabela 5.2, zależność ta pojawiła się jedynie u osób o słabo skryształizowanej początkowej postawie wobec środowiska. U badanych, których postawy były dobrze skryształizowane (co mierzono dwa tygodnie wcześniej za pomocą zgodności globalnej oceny obiektu postawy z jego ocenami częściowymi), przypomnienie sobie własnych zachowań jako chroniących lub niszczących środowisko nie miało takich konsekwencji. Jest to zgodne z twierdzeniem Bema, że rola własnych zachowań maleje, kiedy wewnętrzne wskaźniki ustosunkowania (początkowa postawa) są silne. Wnioskowanie o postawie z treści własnych zachowań słabnie, gdy zachowania

te widziane są przez człowieka jako wymuszone jakimś zewnętrznym czynnikiem. Jedną z weryfikacji tego twierdzenia polegała na tym, że proszono badanych o przypomnienie sobie własnych zachowań religijnych, a następnie o oszacowanie własnej postawy wobec religii (Fazio 1 in., 1984). Kiedy badani studenci przypominali sobie te zachowania z ostatniego roku, a więc z okresu, kiedy byli już dorośli i robili z grubsza to, czego sami chcieli, stwierdzono normalny efekt autopercepcji - mianowicie wzrosła siła następnej mierzonej postawy wobec religii (siłę tę operacjonalizowano za pomocą czasu reakcji przy wydawaniu ocen religijności, np. od powiedzi na pytanie: „Czy bycie religijnym jest dobre?”). Jednakże kiedy studenci przypominali sobie swoje zachowania re-

ligijne z dzieciństwa, a więc z okresu, kiedy robili raczej to, czego wymagali od nich rodzice, analogiczny wzrost siły postawy nie nastąpił (czasy reakcji przy ocenach dotyczących religijności były takie same, jak u badanych, którzy w ogóle nie przypominali sobie żadnych zachowań).

Tak więc ludzie wnioskuje o własnych postawach na podstawie swoich niedawnych zachowań, jednak aby tak się stało spełnione muszą być dwa warunki. Po pierwsze, początkowa postawa (sprzed zachowania) musi być słaba czy też mało skryształizowana. Po drugie, zachowanie musi być spostrzegane jako niewymuszone zewnętrznymi naciskami (np. nadzorem lub wymaganiami innych ludzi, nagrodami, unikaniem kar).

Podstawowe pojęcia

- aspekt kompetencji i kontroli
- funkcje postaw:
 - orientacyjna
 - instrumentalna
 - ekspresji wartości
 - społeczno-adaptacyjna
 - obrony ego
- hipoteza selektywnej ekspozycji
- mediatory zgodności
- moderatory zgodności
- nadmierne uzasadnienie zachowania
- niewystarczające uzasadnienie zachowania
- postawa
- równanie Fishbeina
- sytuacja
 - dezindywiduująca
 - indywidualizująca
 - skryptowa
- teoria autopercepcji
- teoria działań przemyślanych
- teoria zachowania planowego
- wartości
 - egoistyczne
 - prospołeczne
- warunkowanie klasyczne
- warunkowanie sprawcze
- wewnętrzne uzasadnienie zachowania
- zewnętrzne uzasadnienie zachowania
- zjawisko samej ekspozycji

Tabela 5.2. Postawy wobec środowiska po uwypukleniu własnych zachowań chroniących lub niszczących środowisko u osób o słabo lub silnie skryształizowanej postawie początkowej

	Uwypuklenie zachowań	
	chroniących środowisko	niszczących środowisko
słabo skryształizowana	11,33	8,25
silnie skryształizowana	9,00	9,68

Uwaga: Postawa szacowana była przez badanych na skali od 1 do 15. Postawę początkową mierzono 2 tygodnie wcześniej i cztery grupy badanych z tabeli nie różniły się jej natężeniem.

Źródło: Chaiken, Baldwin (1981).

Literatura zalecana

Aronson E. (2000). *Człowiek istota społeczna* (przekł. J. Radzicki) (wyd. 2).
Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.

ZMIANA POSTAW

W demokratycznie rządzonych społeczeństwach, rządzący robią z grubsza to, co odpowiada rządzonym, a jeżeli robią co innego, to przestają rządzić, chyba że uda im się nakłonić rządzonych do zmiany poglądów. Zapewne stąd właśnie wynika ogromna popularność problematyki zmiany postaw jako przedmiotu badań eksperymentalnej psychologii społecznej, a zgromadzona na ten temat wiedza imponuje rozmiarem, a niekiedy nawet precyzją.

6.1. TEORIE ZMIAN POSTAW

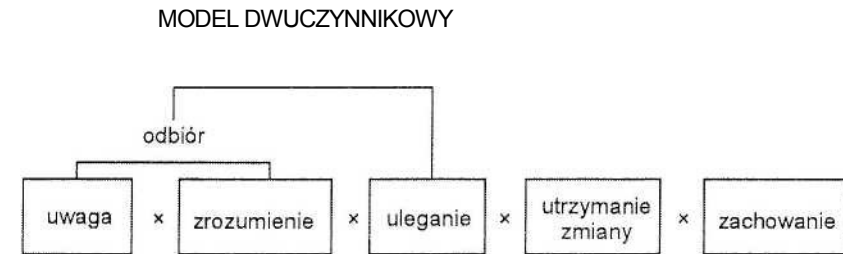
Niemal każda teoria psychologii społecznej jest także i teorią zmiany postaw - poczynając od przedstawionych w rozdziale poprzednim teorii genezy postaw, a kończąc na tak ogólnych koncepcjach, jak teoria atrybucji, dysonansu poznawczego czy reaktancji. Wynika to zarówno z niezwyklej popularności zmian postaw jako tematyki badawczej, jak i z różnorodności procesów psychicznych pośredniczących w różnych mechanizmach zmiany postaw. W tej sytuacji, przegląd teorii zmian postaw musi być z konieczności bardzo selektywny i zostanie tu ograniczony do trzech tylko koncepcji, których następstwo ilustruje rozwój sposobu myślenia psychologii o zmianie postaw.

6.1.1. Procesualny model perswazji

Procesualny model perswazji sformułowany został przez Williama McGuire'a (1968; 1985), a stanowi kontynuację wcześniejszych prac nad perswazją grupy badaczy z Uniwersytetu Yale (Carl Hovland, Irving Janis i inni). W myśl tego modelu, ostateczny efekt komunikatu perswazyjnego zależy od co najmniej pięciu etapów jego przetwarzania: uwagi, zrozumienia jego treści, ulegania jego argumentom, utrzymywania tej zmienionej postawy i wykorzystania jej we własnym zachowaniu odbiorcy komunikatu (por. rys. 6.1).

Pierwszym warunkiem skutecznego oddziaływania przekazu jest oczywiście jego **zauważenie** przez odbiorcę. To właśnie niejednakowe obdarzanie uwagą różnych produktów w supermarkecie sprawia, że najlepiej sprzedawane są produkty rozmieszczone na półkach na poziomie oczu (gorzej

Rysunek 6.1. Procesualny model perswazji McGuire'a



Źródło: Stroebe, Jonas (1996).

- na poziomie bioder, najgorzej na poziomie podłogi - por. Pratkanis, Aronson, 2000). Na podobnej zasadzie kandydat na prezydenta nie będzie miał żadnych szans na wybór, jeżeli nie zostanie przez potencjalnych wyborców zauważony. Stąd też współcześnie wszyscy kandydaci próbują zaprezentować się w mass mediach, często wypowiadając poglądy nie tyle prawdziwe, co krzykliwe - przyciągające uwagę wyborców. Warunkiem drugim jest **zrozumienie** komunikatu przez odbiorców - gdy odbiorca ma charakter masowy, oznacza to z reguły liczebną przewagę tych, którzy lepiej rozumieją przekazy raczej proste niż złożone. Tym można tłumaczyć wyniki pierwszych wyborów prezydenckich w postkomunistycznej Polsce, których początkowa tura wygrana została przez dwóch kandydatów - L. Wałęsę i S. Tymińskiego - oferujących najłatwiejsze do zrozumienia przekazy (Tymiński wskazywał na swój notebook ze słowami „Tu jest program dla Polski”, ale nie trudził się objaśnianiem jego szczegółów). Warunkiem trzecim jest **uleganie** przekazowi, a więc akceptacja jego argumentów - w drugiej turze polskich wyborów więcej ludzi uwierzyło w końcu Wałęsie niż Tymińskiemu (a przynajmniej uznało tego pierwszego za mniejsze zło). Jednak kandydat, któremu nawet udało się wyborców przekonać nie wygra wyborów, jeżeli nie **utrzyma** oni swoich zmienionych postaw (i ulegną późniejszej kontrpropagandzie innego kandydata), bądź nie **wprowadzą** ich w życie (i nie pójdą na wybory z powodu deszczu).

Dwa pierwsze etapy z rysunku 6.1 decydują o odbiorze przekazu i wspólnie z uleganiem składają się na **dwuczynnikowy model perswazji** (odbior x uleganie), który najczęściej był używany do wyjaśnienia wielu zależności stwierdzanych w eksperymentalnych badaniach nad skutecznością perswazji.

Ważną zaletą tego procesualnego modelu perswazji wiąże się z przyjmowanym przezeń założeniem, iż wystąpienie każdego z procesów zilustrowanych na rysunku 6.1 uwarunkowane jest zaistnieniem etapu poprzedniego. Ponieważ prawdopodobieństwo wystąpienia każdego z tych procesów jest dalekie od jedności, a prawdopodobieństwo każdego kolejnego procesu jest uzależnione od łącznego prawdopodobieństwa procesów poprzednich, im dalszy etap, tym mniejsza szansa na jego pojawienie się. Najłatwiej jest więc

ściągnąć uwagę odbiorcy i sprawić, by nas zrozumiał, trudniej - sprawić by uległ naszym argumentom, a najtrudniej utrzymać zmienioną postawę i wprowadzić ją w życie.

Drugą zaletą procesualnego modelu perswazji jest szeroki zakres - pozwala on uwzględnić większość z charakteryzowanych dalej wyznaczników skuteczności perswazji. Pozwala też wyjaśnić sprzeczne efekty tego samego czynnika, gdyż ta sama zmienna może w różny sposób wpływać na różne etapy perswazji. Np. duża inteligencja odbiorcy podwyższa zdolność do zrozumienia przekazu, co nasila szansę skutecznej perswazji. Jednak z drugiej jednak strony, inteligencja sprzyja też formułowaniu własnych kontrargumentów w odpowiedzi na przekaz, co hamuje skłonność do ulegania perswazji. Które z tych oddziaływań przeważa? Jednym z istotnych tu czynników jest złożoność argumentacji popierającej przekaz. Gdy argumentacja jest złożona, to im większa inteligencja odbiorców, tym większa ich zdolność do jej zrozumienia, a w konsekwencji tym większa zmiana postawy. Gdy jednak argumentacja jest prosta bądź nie ma jej wcale, inteligencja nie będzie już wpływać na zrozumienie przekazu (wszyscy odbiorcy są go w stanie zrozumieć), natomiast nadal będzie wpływać na zdolność do formułowania własnych kontrargumentów, a więc hamować uleganie przekazowi. W zgodzie z tym rozumowaniem, Eagly i Warren (1976) wykazali, że jeżeli przekazowi („penicylina powinna zostać zakazana”) nie towarzyszyła żadna argumentacja, to zmiana postaw malała wraz ze wzrostem inteligencji odbiorców. Kiedy jednak temu samemu przekazowi towarzyszyła skomplikowana argumentacja medyczna, zmiana postaw rosła wraz z inteligencją odbiorców, gdyż była ona warunkiem zrozumienia tej argumentacji (por. rozdz. 6.2.5).

6.1.2. Model reakcji poznawczych

Procesualny model perswazji zakłada, że pośrednikiem zmiany postaw jest odbiór przekazu perswazyjnego (uwaga przykładana do przekazu i jego zrozumienie). Wskaźnikiem odebrania przekazu jest zdolność do przypomnienia jego treści. Wynika z tego, że zmiana postaw powinna współwystępować z pamięcią treści przekazu. Jednakże faktyczne korelacje między pamiętaniem przekazu a zmianą postaw okazały się z reguły niewielkie (por. Eagly, Chaiken, 1993), co skłoniło badaczy do poszukiwania innych mediatorów zmiany postaw.

Klasyczne prace pokazujące, że zmianę postaw nasila aktywne przetwarzanie treści przekazu (np. dzięki odgrywaniu roli jego autora lub nadawcy - King, Janis, 1956) skłoniły do postulatu, że bezpośrednim wyznacznikiem perswazji jest nie tyle zawartość przekazu, co wywoływane przezeń reakcje odbiorcy. Model reakcji poznawczych (Greenwald, 1968; Petty, Ostrom, Brock, 1981) zakłada, że odbierając przekaz ludzie aktywnie go

konfrontują z własnymi dotychczasowymi poglądami i wiedzą na temat danej kwestii. Treść tych reakcji poznawczych (myśli i sądów), które mogą być przychylne lub nieprzychylne dla przekazu, wyznacza zmianę postawy. Aktowi perswazji może towarzyszyć większa lub mniejsza ilość aktywności poznawczej, a model zakłada, że zmiana postaw jest uwarunkowana równocześnie ilością reakcji poznawczych i ich przychylnością dla przekazu. Jeżeli reakcje przychylne dla przekazu górują nad nieprzychylnymi, to następuje zmiana postaw w kierunku zgodnym z przekazem - tym bardziej, im więcej tych reakcji, czyli myślenia o przekazie. Natomiast przewaga reakcji nieprzychylnych dla przekazu obniża jego skuteczność i to tym bardziej, im więcej myśli on wywołuje.

Trafności tych twierdzeń dowodzą badania z użyciem prostej techniki listowania myśli - tuż po odebraniu przekazu, odbiorcy są proszeni o wypowiedzenie lub zapisanie wszystkich myśli, jakie on u nich wywołał. Treść tych wypowiedzi jest potem szacowana przez sędziów z uwagi na ich przychylność-nieprzychylność dla przekazu i ewentualnie inne parametry. Liczne eksperymenty wykazały, że zmiana postaw w kierunku zgodnym z przekazem jest pozytywnie skorelowana z liczbą przychylnych, a negatywnie - z liczbą nieprzychylnych przekazowi reakcji poznawczych (por. Eagly, Chaiken, 1993). Późniejsze badania wykazały, że podobną rolę odgrywają także reakcje emocjonalne - opisywane przez samych badanych uczucia wzbudzone przez przekaz (Zuwerink, Devine, 1996). Warto przy tym zauważyć, że listowanie reakcji poznawczych nie jest jedynie alternatywnym sposobem pomiaru samej postawy, ponieważ wiadomo, że reakcjom poznawczym towarzyszą pewne zjawiska niewystępujące przy samym pomiarze postawy. Np. inne wzorce aktywności mięśni twarzy towarzyszą reakcjom przychylnym (nasilona aktywność mięśnia zygmatycznego odpowiedzialnego za uśmiech) i nieprzychylnym (nasilona aktywność korugatora, odpowiedzialnego za marszczenie brwi w gniewie - Cacioppo i in., 1986).

Wiele badań wykazało, że zarówno zmiany postawy, jak i liczba reakcji poznawczych w taki sam sposób zależą od różnych czynników decydujących albo o ilości przetwarzania informacji, albo o stopniu przychylności tych reakcji w stosunku do przekazu. Np. Petty, Wells, Brock (1976) wykazali, że pojawiające się podczas perswazji dystraktory (w postaci innego, równoległe wykonywanego zadania) hamują dominujące reakcje na przekaz. Jeżeli przekaz wywoływał głównie reakcje przychylne, to wraz ze wzrostem dystrakcji (stopniem pochłaniania uwagi przez inne zadanie) malała zarówno liczba tych reakcji, jak i wielkość zmiany postawy. Jeżeli przekaz wywoływał głównie reakcje nieprzychylne, to malała liczba tych reakcji, a rosła wielkość zmiany postawy.

Model pozwala wyjaśniać i przewidywać, w jaki sposób wpływają na perswazję liczne czynniki - zawsze na podstawie analizy wpływu danego czynnika na przychylność reakcji poznawczych odbiorcy i/lub jego wpływu

na ogólną ilość tych reakcji. Jak się przekonamy, ta logika analizy została przejęta i rozbudowana na gruncie teorii dwutorowości perswazji.

6.1.3. Teorie dwutorowości perswazji

Zarówno procesualny model perswazji, jak i model reakcji poznawczych zakładają, że zmiana postaw jest efektem przemyślanego i świadomego przetwarzania informacji. Jednak człowiek w oczywisty sposób nie zawsze jest takim racjonalnym „naukowcem z ulicy”, a zmiana postaw może być także skutkiem różnych niezbyt racjonalnych procesów. Uwzględnia to model szans rozpracowania przekazu (*elaboration likelihood inodel*), którego autorami są Richard Petty i John Cacioppo (1986). Model ten zakłada, że zmiana postawy może dochodzić do skutku dwoma różnymi torami - centralnym i peryferyjnym. Centralny tor perswazji ma uswoich podstaw staranne i przemyślane przetwarzanie informacji zawartej w przekazie, a podstawową przesłanką skuteczności przekazu jest jego zdolność do wywoływania przychylnych reakcji poznawczych (myśli i sądów) odbiorcy. Im bardziej reakcje przychylne przekazowi górują nad nieprzychylnymi, tym większa szansa na zmianę postawy w kierunku zgodnym ze stanowiskiem przekazu. Zmiana zależy więc głównie od jakości zawartej w przekazie argumentacji, ma trwały charakter, jest odporna na kontrpropagandę i wprowadzana przez odbiorcę w jego zachowanie. Peryferyjny tor perswazji opiera się natomiast nie tyle na rozważaniu merytorycznej wartości otrzymanej informacji, ile na powierzchownym zidentyfikowaniu jakiegoś sygnału sugerującego pozytywny lub negatywny stosunek do stanowiska oferowanego w przekazie. Takim sygnałem może być np. sympatyczność albo antypatyczność nadawcy przekazu, jego duży autorytet albo to, co robią inni ludzie w odpowiedzi na ten przekaz. Rozpoznanie takiego zachęcającego do uległości sygnału powoduje przesunięcie postawy odbiorcy w kierunku stanowiska oferowanego w przekazie, jednak zmiana ta nie ma charakteru trwałego, łatwo zanika wskutek późniejszej kontrpropagandy i rzadko jest wprowadzana przez odbiorcę we własne zachowanie.

Podobne rozróżnienie między systematycznym i heurystycznym przetwarzaniem przekazu sformułowała Shelly Chaiken (1980). Przetwarzanie systematyczne ma charakter przemyślany i „głęboki”, zaś przetwarzanie heurystyczne to chodzenie „na skróty” i zastępowanie systematycznej analizy argumentów prostymi, automatycznie wykorzystywanymi regułami, typu: „im więcej argumentów, tym lepiej”, „skoro wszyscy w to wierzą, to i ja uwierzę”. Skutecznymi heurystykami uległości są np. często

powtarzane, przysłowiowe frazy „nie stawiaj wszystkiego na jedną kartę”, „nie chowaj głowy w piasek” - przekazy wyrażone za pomocą takich idiomatycznych wyrażen są skuteczniejsze od przekazów zawierających te same treści przedstawione bez użycia tych wyrażen - jednak tylko wtedy, gdy perswazja toczy się torem peryferyjnym, np. wskutek towarzyszących jej dystraktorów (Howard, 1997).

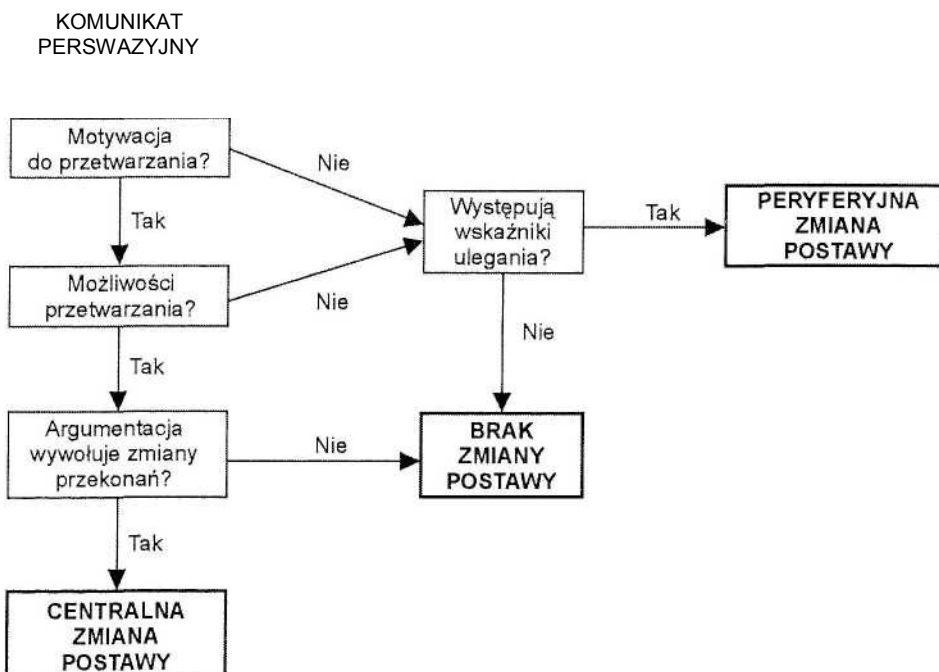
Podstawową różnicą między tymi dwoma torami perswazji jest poziom rzeczywistego rozpracowania przez odbiorcę przekazu i zawartej w nim argumentacji. Rozpracowanie staje się silne przy centralnym, a słabe przy peryferyjnym torze perswazji, czego świadectwem jest odmiennosc skutków wywoływanych przez argumentację silną (wywołującą znacznie więcej reakcji przychylnych niż nieprzychylnych) i słabą (gdzie nie ma przewagi reakcji przychylnych). Jeżeli odbiorcy bardziej zmieniają poglądy przy argumentacji silnej niż słabej, wskazuje to na centralny tor perswazji. Jeżeli różnica między argumentami silnymi i słabymi zanika, świadczy to, że perswazja toczy się torem peryferyjnym.

Szansę rozpracowania przekazu rosną, kiedy odbiorca jest motywowany do przetwarzania przekazu, a więc z jakiegoś powodu chce się z nim zapoznać oraz wtedy, kiedy jest w stanie to zrobić, czyli jest zdolny do przetworzenia przekazu dzięki warunkom albo zewnętrznym (np. ma wystarczająco wiele czasu), albo wewnętrznym (np. ma wystarczająco wiele inteligencji). Gdy zarówno motywacja, jak i zdolność do przetwarzania przekazu są duże, perswazja toczy się torem centralnym. Kiedy brak jest albo motywacji, albo zdolności, albo ich obu, przekaz nie jest rozpracowywany i perswazja toczy się torem peryferyjnym, jak ilustruje schemat z rysunku 6.2.

Teorie dwutorowości perswazji wykorzystują więc rozróżnienie między świadomym i automatycznym przetwarzaniem informacji (por. *KONCEPCJA 2*), dzięki czemu problematyka zmiany postaw zostaje powiązana z ogólniejszą teorią funkcjonowania ludzkiego umysłu. Pozwala to wykorzystać wiele prawidłowości stwierdzonych przez badaczy poznania społecznego (por. rozdz. 2 i 3) do wyjaśniania zjawisk z zakresu perswazji. Np. wiadomo, że obecność pochłaniających uwagę dystraktorów może uniemożliwić świadome (wymagające uwagi), a wymusić automatyczne (i nie wymagające uwagi) przetwarzanie informacji. Przeniesienie tej reguły do problematyki zmiany postaw zaowocowało badaniami dowodzącymi, że wprowadzenie dystraktorów podczas perswazji osłabia wpływ tych czynników, których oddziaływanie opiera się na świadomym przetwarzaniu przekazu (np. jakość argumentacji), a nasila wpływ czynników, których działanie opiera się na automatycznym, powierzchownym przetwarzaniu informacji (np. atrakcyjność nadawcy - Petty, Cacioppo, 1986).

Drugą zaletą teorii dwutorowości perswazji jest ich szeroki zakres - pozwalają wyjaśniać wpływ wywierany na perswazję przez liczne zmienne i zgrupować je w trzy kategorie. Takie zmienne, jak jakość argumentacji, liczba nowych argumentów czy sposób organizacji przekazu wpływają na wnioski wyciągane przez odbiorcę w trakcie rozpracowywania przekazu, gdy

Rysunek 6.2. Uproszczony schemat teorii dwutorowości perswazji (model szans rozpracowania przekazu)



Źródło: w adaptacji wg Petty, Cacioppo (1986).

perswazja toczy się torem centralnym. Inne zmienne, jak wiarygodność czy atrakcyjność nadawcy, jego podobieństwo do odbiorcy, długość przekazu czy reakcje współodbiorców wpływają na perswazję dzięki temu, że stanowią sygnały ulegania bądź nieulegania przekazowi, gdy perswazja toczy się torem peryferyjnym. Trzecia grupa zmiennych oddziałuje na perswazję dzięki ich wpływowi na szansę rozpracowania przekazu, a więc decydowaniu, którym torem perswazja się potoczy. Są to zmienne wyznaczające albo motywację do przetwarzania przekazu - ważność postawy; stopień, w jakim poruszana w przekazie sprawa osobiście dotyczy odbiorcę - albo zdolność do przetwarzania przekazu, jak dystraktory, powtórzenia argumentów, inteligencja i wiedza odbiorcy.

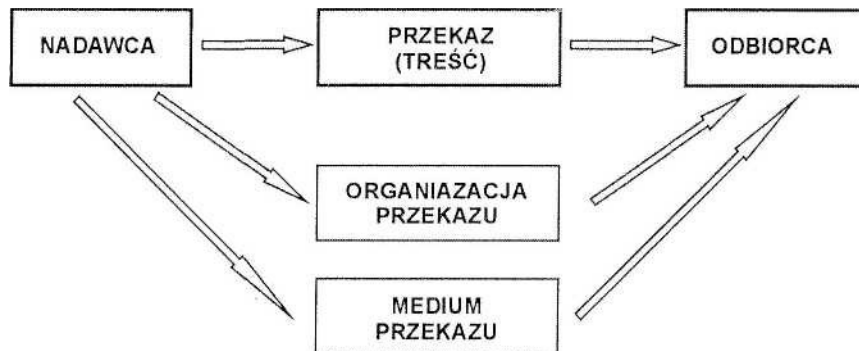
Te zalety teorii dwutorowości perswazji sprawiają, że w dokonanym niżej przeglądzie wyznaczników skutecznej zmiany postaw, ta właśnie teoria będzie najczęściej przywoływana jako wyjaśnienie wpływu różnych zmiennych na skuteczność perswazji.

6.2. WYZNACZNIKI ZMIANY POSTAW

Przejrzyste uporządkowanie różnych wyznaczników zmiany postaw umożliwia bardzo prosty schemat aktu komunikacji, zawierający się w formule: „Kto, co, w jaki sposób, do kogo i z jakim efektem mówi”. Wyznaczniki

skutecznej perswazji można więc podzielić na dotyczące kolejno: nadawcy komunikatu, treści i organizacji komunikatu, środka, za pomocą którego jest on przekazywany i wreszcie te, które dotyczą samego odbiorcy przekazu (por. rys. 6.3).

Rysunek 6.3. Podstawowy schemat aktu komunikacji porządkujący rodzaje czynników decydujących o skuteczności perswazji



6.2.1. Nadawca

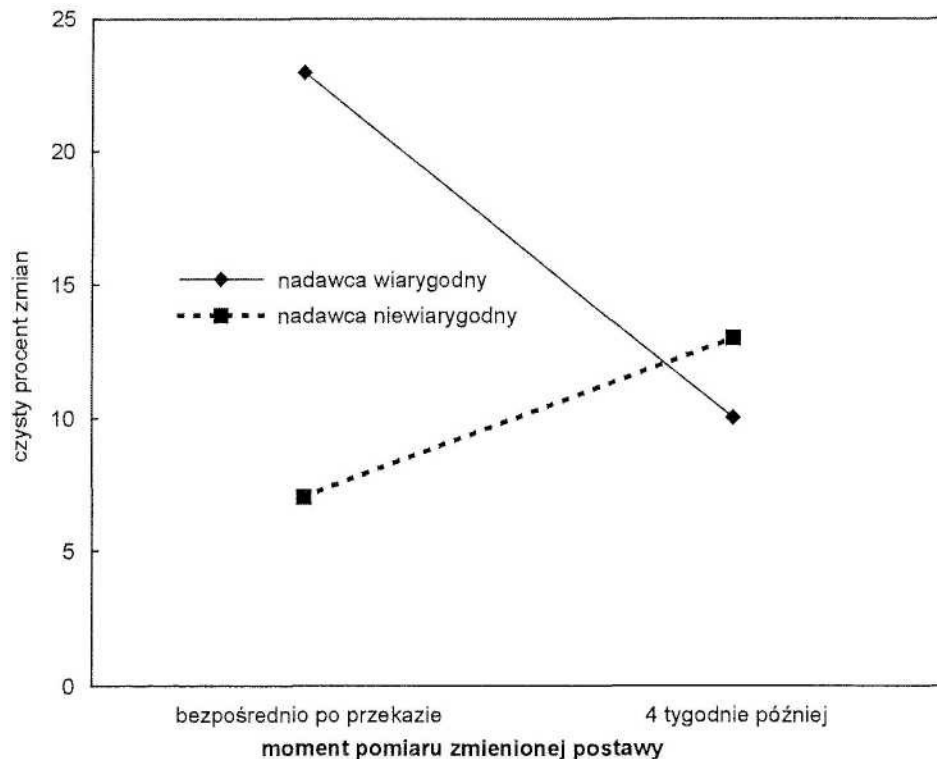
Znaczna większość naszych postaw i wiedzy w ogóle dotyczy takich obiektów, z którymi nie mamy osobistych kontaktów, a nawet postawy wobec obiektów znanych nam z własnego doświadczenia; często są one kształtowane informacjami uzyskanymi z zewnętrznych źródeł. Źródeł takich jest jednak wiele, a w przypadku istotnych problemów, różne źródła głoszą odmienne lub sprzeczne opinie - nawet prognozy pogody bywają rozmaite w różnych stacjach telewizyjnych. Komu więc wierzymy? Jacy nadawcy są wiarygodni? Liczne badania przekonują, że wiarygodni są nadawcy kompetentni (posiadający wiedzę fachową), o czystych intencjach (godni zaufania, bo nie manipulują naszymi poglądami dla własnej korzyści), atrakcyjni (których lubimy) oraz nadawcy podobni do nas. Własności skutecznego nadawcy z reguły nie są jego obiektywnie istniejącymi cechami, takimi jak wzrost czy kolor włosów. W większym lub mniejszym stopniu są one wytworem samych odbiorców.

Kompetencja nadawcy

Przekazy osób będących ekspertami w danej dziedzinie wywołują silniejsze zmiany, niż identyczne w treści przekazy podpisane przez nadawców mało kompetentnych. Ci ostatni mogą wręcz uzyskiwać efekt bumerangowy, a więc wywoływać zmiany w kierunku odwrotnym do zmierzonego (Mika, 1981). Rysunek 6.4 przedstawia wyniki jednego z pierwszych dobrze kontrolowanych badań nad tym problemem. Badacze stworzyli przekazy dotyczące czterech różnych problemów i przedstawiali je różnym grupom badanych jako pochodzące z wysoce lub mało wiarygodnego źródła. Np.

jeden z problemów dotyczył możliwości zbudowania łodzi podwodnej o napędzie atomowym, a przekonujący o tym przekaz albo podpisany był nazwiskiem wybitnego i popularnego fizyka (Roberta Oppenheimera, kierownika udanego programu budowy pierwszych bomb atomowych), albo przedstawiany był jako artykuł z sowieckiej *Prawdy* (mało wiarygodnego źródła dla Amerykanów z okresu zimnej wojny, na których badanie to przeprowadzono). Jak ilustruje rys. 6.4, przekaz pochodzący od eksperta wywołał zmiany postaw w zamierzonym kierunku ponad trzykrotnie częściej, niż ten sam przekaz pochodzący od niekompetentnego nadawcy - jednak pod warunkiem, że bierzemy pod uwagę jedynie postawy odbiorców tuż po zapoznaniu się z przekazem.

Rysunek 6.4. Natychmiastowa i odroczonej zmiany postaw wywołana przekazem pochodzącym od nadawcy o dużej i małej wiarygodności



Linia przerywana ilustruje efekt przesypiania. Wskaźnikiem jest tzw. czysty procent zmian, czyli różnica między odsetkiem osób zmieniających postawy w kierunku zamierzonym przez przekaz a odsetkiem osób zmieniających postawę w kierunku przeciwnym do zamierzonego. Źródło: Hovland, Weiss (1951).

Ten sam rysunek pokazuje też częstość zmiany postaw w cztery tygodnie po odebraniu przekazu. Siła oddziaływania nadawcy wiarygodnego oczywiście osłabła w miarę upływu czasu, zapewne wskutek zapominanie treści

zawartych w przekazie. Mniej oczywiste są dalsze losy postaw zmienianych przez nadawcę mało wiarygodnego - po kilku tygodniach jego wysiłki perswazyjne okazały się bowiem bardziej skuteczne niż bezpośrednio po odebraniu przekazu. Kiedy zatem odbiorca już „prześpi” przekaz z mało wiarygodnego źródła, oddziaływanie tego ostatniego rośnie. Hovland i współpracownicy nazwali to zjawisko *efektem przesypiania* (*sleeper effect*) i wyjaśniali je działaniem dwóch procesów. Po pierwsze, bezpośrednią reakcją na przekaz z niewiarygodnego źródła jest niedowierzanie - odbiorca myśli o treści przekazu w taki sposób, aby nie dać się jej przekonać. Stąd początkowo słabe oddziaływanie przekazu. Jednak w miarę upływu czasu następuje zapominanie pewnych informacji, m.in. o tym, kto był nadawcą przekazu. Kiedy nastąpi takie „rozkojarzenie” treści przekazu i jego nadawcy, niska wiarygodność nadawcy przestaje pomniejszać wymowę samego przekazu i jego treść może silniej oddziaływać na odbiorcę, niż wtedy, kiedy ten jeszcze pamięta kto był nadawcą. Ten sposób rozumowania potwierdza badanie będące repliką eksperymentu z rysunku 6.4 z jedną jednak różnicą - części badanych tuż przed odroczonym pomiarem postawy przypomniano, kto był nadawcą przekazu (Kelman, Hovland, 1953). Gdy badanym niczego nie przypomniano, wzorec wyników był podobny do tego, jaki przedstawia rysunek 6.4. Natomiast u badanych, którym przypomniano nadawcę (przeciwdziałając w ten sposób rozkojarzeniu treści przekazu z niską wiarygodnością jego źródła) efekt przesypiania nie wystąpił: skuteczność nadawcy niekompetentnego słabła w miarę upływu czasu i w każdym momencie była niższa od skuteczności nadawcy wysoce kompetentnego.

Tak więc nawet niewiarygodny nadawca może zmienić nasze poglądy, choć efekt przesypiania nie jest na tyle sataniczny, by trzeba było formułować maksymę: „Nigdy nie wystawiaj się na oddziaływanie niewiarygodnych nadawców, bo mogą cię - po pewnym czasie - przekonać”. Po pierwsze, efekt ten jest raczej słaby. Po drugie, do jego wystąpienia konieczne są pewne niełatwe do spełnienia warunki (Gruder i in., 1978; Pratkanis i in., 1988). Mianowicie, przekaz musi zawierać przekonujące argumenty nawet wtedy, gdy pochodzi od niewiarygodnego nadawcy (a ci przecież są zwykle mało przekonywający). Stąd też efekt przesypiania jest mniej prawdopodobny wtedy, kiedy rozpoznanie nadawcy jako mało wiarygodnego następuje jeszcze przed wysłuchaniem jego argumentów. Kiedy natomiast zidentyfikowanie nadawcy jako mało wiarygodnego następuje już po wysłuchaniu argumentów, nie są one z góry odrzucane i istnieje większa szansa na pojawienie się efektu przesypiania. Ponadto możliwe, że zapominanie argumentów zawartych w przekazie musi następować wolniej od zapominania informacji o autorstwie przekazu.

Efekt przesypiania pokazuje, że - na szczęście - nie zawsze prawdziwe jest powiedzenie „nieważne c o się mówi, ważne k t o mówi”. Niemniej jednak powiedzenie to okazuje się prawdziwe na tyle często, że warto spytać

o powody większej skuteczności nadawcy silnie wiarygodnego. Z punktu widzenia procesualnego modelu perswazji, wysoka kompetencja nadawcy nasila uwagę, jaką zwracamy na komunikat (większa jest szansa, że w ogóle zaczniemy słuchać eksperta niż laika w danej sprawie), zwiększa rozumienie przekazu (bardziej jesteśmy zmotywowani do śledzenia wypowiedzi eksperta, ponieważ sądzimy, że możemy się od niego czegoś dowiedzieć) oraz zwiększa szansę zaakceptowania przekazu (ekspert lepiej od nas zna się na sprawie, więc ulegamy jego argumentacji). W zgodzie z tym sposobem myślenia pozostają różnice w ocenie przekazów ze źródła słabo i silnie wiarygodnego. Np. tekst o atomowych łodziach podwodnych został uznany za jasny i przekonujący aż przez 93% badanych sądzących, że jego autorem był Oppenheimer, choć tylko 13% badanych uznało go za taki, gdy wiedzieli, że zaczerpnięty został z *Prawdy* (Hovland, Weiss, 1951).

Z punktu widzenia teorii dwutorowości perswazji, wiarygodność nadawcy jest sygnałem przekonującej treści przekazu, który powinien podnosić skuteczność perswazji tylko przy peryferyjnym przetwarzaniu przekazu, tzn. wtedy, kiedy odbiorca albo mało interesuje się całą kwestią podnoszoną w przekazie, albo nie jest w stanie przetwarzać rzeczywistej treści argumentacji. Kiedy jednak istnieje zarówno możliwość, jak i motywacja do przetwarzania argumentów, to ich siła, a nie wiarygodność źródła, powinna decydować o skuteczności perswazji. Przewidywanie to potwierdził elegancki eksperyment, w którym przekonywano studentów o konieczności wprowadzenia rozległego egzaminu z kierunkowych przedmiotów na zakończenie studiów (Petty, Cacioppo, Goldman, 1981). Manipulowano przy tym niezależnie wielkością osobistego zaangażowania odbiorców, siłą argumentów i wiarygodnością ich nadawcy. W warunkach silnego zaangażowania szło o egzaminy czekające samych odbiorców perswazji, w warunkach zaangażowania słabego - o egzaminy planowane w odległej przyszłości. W warunkach argumentacji silnej badani otrzymywali osiem dobrze sformułowanych argumentów na rzecz egzaminu, w warunkach argumentacji słabej - osiem argumentów rozwodnionych i słabych. Wreszcie połowie badanych przedstawiano te argumenty jako wynik dyskusji uczniów lokalnej szkoły średniej, połowie zaś jako wynik dociekań ministerialnej komisji do spraw kształcenia. W warunkach niskiego zaangażowania odbiorców, zostali oni bardziej przekonani zarówno silniejszą argumentacją, jak i większą wiarygodnością jej źródła. Jednak wpływ wiarygodności źródła zanikał w warunkach silnego zaangażowania, a wpływ siły argumentacji wzrastał i stawał się jedyną przesłanką skuteczności perswazji.

Istotnym wyznacznikiem skuteczności nadawcy jest *c z y s t o ś ć j e g o i n t e n c j i*. Oczywiście bardziej wiarygodni są nadawcy spostrzegani jako bezinteresowne źródło obiektywnych informacji, niż jako manipulanci usiłujący zmienić nasze poglądy dla jakichś własnych ukrywanych korzyści. Nadawca spostrzegany jako źródło informacji jest skuteczniejszy od nadawcy

widzianego jako człowieka skoncentrowanego na zmianie poglądów odbiorcy (Hovland, Lumsdaine, Sheffield, 1949). Otwarty nacisk na zmianę poglądów osłabia zaufanie do nadawcy i wywołuje opór wobec jego prób odebrania nam swobody poglądów, przez co te ostatnie jeszcze się umacniają (zgodnie z przedstawianą na końcu tego rozdziału teorią reaktancji). Jednak ujawnienie perswazyjnej intencji nadawcy w trakcie dokonywania perswazji prowadzi do odrzucenia przekazu jedynie wtedy, kiedy nadawca głosi poglądy sprzeczne z początkową postawą odbiorcy. Gdy poglądy nadawcy są zbieżne z postawą odbiorcy, hamujący efekt perswazyjnej intencji nadawcy zanika.

Z oczywistych względów, bardziej wierzymy w czystość intencji nadawcy i bardziej dajemy mu się przekonać wtedy, gdy przekonani jesteśmy, że w ogóle nie do nas kieruje on swoje namowy. Podobnie do takiego „podsluchanego” nadawcy oddziałuje nadawca przekonujący nas do poglądów sprzecznych ze swoim interesem. Np. notoryczny przestępca przekonuje

o konieczności kary śmierci równie skutecznie, jak wysoki urzędnik sądowy (Walster, Aronson, Abrahams, 1966). Postępowanie sprzeczne z własnym interesem jest zresztą szczególnym przypadkiem postępowania, jakiego odbiorca nie spodziewa się po tym właśnie nadawcy, dzięki czemu wydaje mu się ono tym bardziej rzetelne i przekonujące. Jeżeli ktoś jest praktykującym katolikiem potępiającym aborcję i wierzącym, że istnieje wiele powodów, dla których powinno się ograniczać swobodę jednostek, to oczekujemy oczywiście, że osoba ta jest także przeciwnikiem pornografii. Wood i Chaiken (1981) wykazały, że jeżeli taka osoba wygłosi przekaz podkreślający dobroczynne efekty pornografii, to jej perswazja jest skuteczniejsza od prób przekonywania podjętych przez nadawcę, po którym odbiorca spodziewa się pozytywnego stosunku do pornografii. Zaufanie do nadawcy jest w decydującym stopniu uzależnione od atrybucji dokonywanych przez odbiorcę perswazji. Gdy nadawca głosi poglądy, których i tak można się po nim spodziewać (na podstawie tego jaki sam jest, albo na podstawie tego, do kogo się zwraca), wówczas treść jego argumentacji przypisywana jest albo jego motywom i celom, albo naciskom sytuacyjnym, np. oczekiwaniom słuchaczy (zgodnie z regułami powiększania i utrudniania - por. *KONCEPCJA* 3). W rezultacie, argumentacja nadawcy widziana jest jako tendencyjna. Jeżeli jednak głosi on poglądy nieoczekiwane, ich treść spostrzegana jest jako ukształtowana faktami, a samego nadawcę widzi się jako bezstronnego (Eagly, Chaiken, 1993).

Właśnie z tego powodu, iż intencja jest cechą nadawcy niemal wyłącznie uzależnioną od atrybucji dokonywanych przez odbiorcę, zwątpienie w czystość intencji najbardziej utrudnia nadawcy skuteczne przekonywanie innych. Jest to szczególnie widoczne podczas konfliktu między jednostkami lub grupami: żadna ze stron konfliktu nie jest w stanie przekonać przeciwnika, ponieważ ten przypisuje jej nieuczciwe intencje jedynie na tej podstawie, że

za przeciwnika ją uważa.

Im bardziej odbiorca lubi nadawcę, czyli im bardziej nadawca jest atrakcyjny, tym skuteczniejsze są jego zabiegi perswazyjne. Dzieje się tak niezależnie od powodów atrakcyjności nadawcy - a więc zarówno wtedy, kiedy lubimy nadawcę dlatego, że jesteśmy z nim zaprzyjaźnieni albo że jest sławny (choć nie jest ekspertem w dziedzinie, której dotyczy przekaz), jak i wtedy, kiedy jest po prostu przystojny. Norman (1976) wykazał, że wzrost liczby argumentów podawanych przez nadawcę podwyższa skuteczność jego perswazji wtedy, gdy jest on ekspertem, a przy tym mężczyzną o małej atrakcyjności fizycznej. Natomiast kiedy nadawcą był młody przystojny mężczyzna, zmieniał on skutecznie postawy badanych studentek niezależnie od liczby użytych argumentów.

Powodem większej skuteczności lubianego nadawcy jest z jednej strony skłonność do przypisywania mu czystych intencji, z drugiej zaś - przenoszenie pozytywnych emocji z nadawcy na jego poglądy zawarte w przekazie. Choć wpływy atrakcyjności nadawcy nietrudno stwierdzić, atrakcyjność jest słabszym wyznacznikiem skutecznej perswazji, niż kompetencja i czystość jego intencji. Ponadto, atrakcyjność podnosi skuteczność perswazji głównie wtedy, gdy środek przekazu uwypukla osobę nadawcy. Lubiany nadawca jest więc skuteczniejszy w przypadku bezpośredniego kontaktu czy przekazu telewizyjnego lub radiowego, ale nie w przypadku przekazu pisanego (Chaiken, Eagly, 1983). Ponieważ atrakcyjność nadawcy jest jedynie słabym sygnałem wiarygodności, wzrost skuteczności nadawcy lubianego ogranicza się z reguły do kwestii mało ważnych dla odbiorcy - takich, które nie dotyczą go osobiście, a zmiana postaw pociąga za sobą niewielki wysiłek, czy małe koszty lub zyski odbiorcy (Petty, Cacioppo, 1985).

Im podobniejszy jest nadawca do odbiorcy, tym skuteczniejsze są jego próby perswazji. Np. w jednym z badań wykazano, że sprzedawcy w sklepie z farbami skuteczniej nakłaniali klientów do kupna określonej farby, jeżeli przedstawiali siebie jako kogoś, kto miał podobne problemy z malowaniem, choć słabo zna się na farbach, niż kiedy jawili się jako niepodobni do klienta eksperci od farb (Brock, 1965). Prawdopodobną przyczyną tego zjawiska był fakt, że badanie to dotyczyło sfery preferencji. Jeżeli bowiem dobroczynny wpływ podobieństwa na perswazję uwarunkowany jest większym lubieniem osób podobnych, to zgodnie z teorią równowagi poznawczej (por. *KONCEPCJA 8*) oczekiwać należy wpływu podobieństwa na perswazję wtedy, kiedy w grę wchodzi relacje ustosunkowania, a więc preferencje i oceny. Goethals i Nelson (1973) poprowadzili to rozumowanie krok dalej przewidując, że nadawca podobny powinien być bardziej skuteczny, kiedy treść przekazu dotyczy preferencji, natomiast nadawca niepodobny do odbiorcy powinien być skuteczniejszy, kiedy treść ta dotyczy przekonań o faktach. W sferze preferencji i wartości przykro jest nie zgadzać się z kimś, kogo lubimy, podobnie jak przykre jest odkrycie, że nasze wartości są podobne do wartości np. najgorszego wroga. W sferze

faktów nabieramy natomiast większej pewności wtedy, kiedy nawet osoba zupełnie do nas niepodobna wyznaje tę samą, co my opinię. Goethals i Nelson prosili swoich badanych o przeczytanie informacji o maturzystach ubiegających się o przyjęcie na uniwersytet. Połowa badanych miała zdecydować, którzy z kandydatów nadają się na studia (np. na podstawie stopni ze szkoły średniej), pozostali zaś mieli zdecydować, z którymi kandydatami sami mogliby się zaprzyjaźnić. Na decyzje te usiłowali wpłynąć podstawieni przez badaczy pozoranci, przedstawiani badanym jako do nich podobni lub niepodobni. Zgodnie z przewidywaniami, na decyzje preferencyjne (kogo lubić) silniejszy wpływ wywierali pozoranci podobni niż niepodobni do badanych. Jednak przy decyzjach dotyczących faktów (kogo przyjąć na studia) działało się dokładnie na odwrót.

6.2.2. Treść przekazu

Logicznie rzecz biorąc, najważniejszą przesłanką racjonalnej zmiany postaw powinna być treść samego przekazu, a więc jakość i liczba użytych argumentów. Rozważmy też pytania, czy skuteczna argumentacja powinna być jednostronna, czy dwustronna; a także czy przekaz powinien odwoływać się do emocji, czy raczej tylko do chłodnych racji.

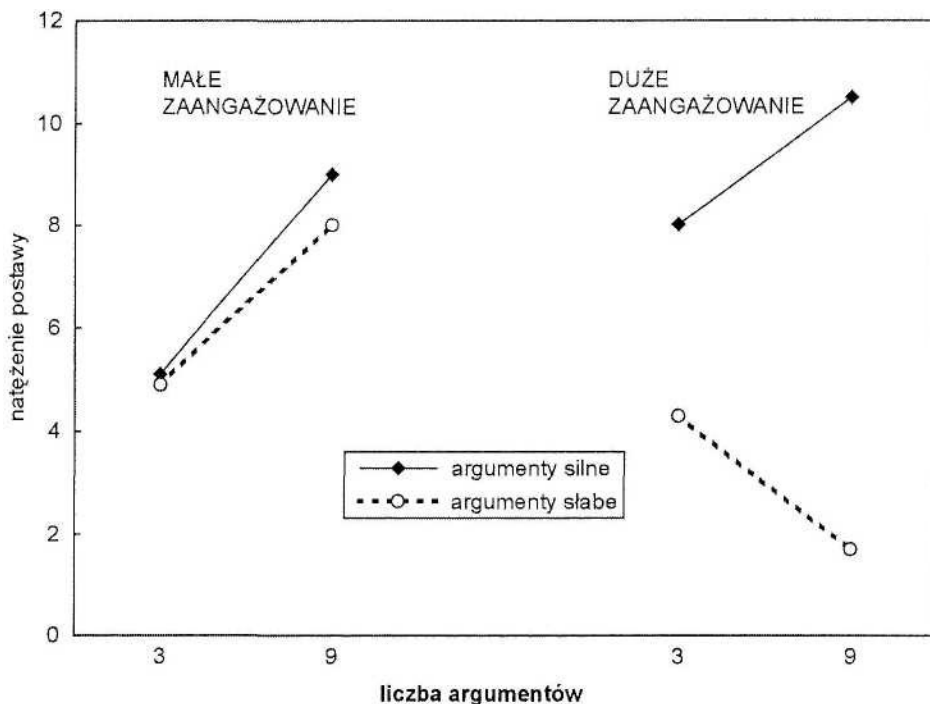
Najważniejszym aspektem treści przekazu jest siła argumentacji. Omawiane w poprzednim rozdziale (5.2.1) twierdzenie Fishbeina zakłada, że postawa jest funkcją naszych przekonań o jej obiekcie, a dokładniej siły przekonań, że obiekt ma jakieś własności oraz natężenia pozytywnych lub negatywnych ocen tych własności obiektu. Argumentacja jest silna wtedy, gdy skutecznie zmienia albo natężenie przekonań odbiorcy o obiekcie postawy, albo znak i intensywność częściowych ocen obiektu wynikających z przypisywanych mu przez odbiorcę cech. A więc argumentacja silna to taka, która przekonuje, że: (1) obiekt postawy ma pozytywne cechy, (2) obiekt nie ma cech negatywnych, (3) charakterystyczne dla obiektu cechy są pozytywne, a nie negatywne. Miara siły argumentacji używaną w badaniach empirycznych są albo oceny dokonywane przez badanych pilotażowych, albo oszacowania dokonywane na podstawie reakcji poznawczych pilotażowych odbiorców - za silne uznawane są argumenty wywołujące większą liczbę reakcji przychylnych niż nieprzychylnych przekazowi.

Siła argumentacji zależy nie tylko od treści, ale i od stopnia jej konkretności czy wyrazistości. Jeżeli widzimy od czasu do czasu sąsiada kopiącego ze złością swoje volvo, które znów nie chce mu zapalić, do marki tej nie przekonają nas dane z badań nawet 50 tysięcy samochodów pokazujące, że volvo rzadziej się psuje od prawie wszystkich innych aut. Przekazy wyraziste bardziej ludzi poruszają i są skuteczniejsze od „błędnych”. Jak stwierdził Józef Stalin: „Śmierć jednego żołnierza to tragedia, śmierć miliona to statystyka” (a wiedział co mówi ten statystyk od milionów śmierci). Właściciele

domów niezbyt chętnie decydują się na ich uszczelnienie, nawet jeżeli dokonujący oględzin fachowiec wskaże na liczne pęknięcia ścian. Jeżeli jednak fachowiec zsumuje powierzchnię wszystkich pęknięć i powie „to tak, jakby miał pan w salonie dziurę na wylot o wielkości piłki do koszykówki” odsetek właścicieli zamawiających remont rośnie czterokrotnie, z 15 do 61% (Gonzales, Aronson, Constanzo, 1988).

Co ciekawe, choć najczęściej odbiorcy bardziej są przekonani argumentacją silną niż słabą, zależność ta wcale nie zawsze ma miejsce. Przewiduje to teoria dwutorowości perswazji, a dowodzi inspirowany nią eksperyment, w którym za pomocą silnych lub słabych argumentów przekonywano studentów o konieczności wprowadzenia rozległego egzaminu z przedmiotów kierunkowych na zakończenie studiów. Połowę badanych próbowano przekonać za pomocą trzech, a połowę za pomocą dziewięciu argumentów, w warunkach silnego lub słabego zaangażowania, tj. kiedy perspektywa końcowego egzaminu albo osobiście dotyczyła, albo nie dotyczyła badanych studentów. Jak widać na rysunku 6.5, kiedy odbiorcy byli osobiście zaangażowani w kwestię poruszaną w przekazie, argumenty silne bardziej ich przekonały niż argumenty słabe. Jednak oddziaływanie argumentacji silnej

Rysunek 6.5. Wpływ siły i liczby argumentów na zmianę postaw w warunkach małego i dużego zaangażowania odbiorców w sprawę, której dotyczy przekaz perswazyjny



Źródło: Petty, Cacioppo (1984).

i słabej było równie nikłe, kiedy odbiorcy zostali słabo zmotywowani do przetwarzania informacji zawartej w przekazie. Podobny zanik przewagi argumentacji silnej występuje również wskutek spadku możliwości przetwarzania informacji zawartej w przekazie, np. z powodu działania dystraktorów (por. Petty, Cacioppo, 1986). Jak powiadają specjaliści od marketingu - „jeżeli nie masz nic do powiedzenia, zaśpiewaj to” (może wtedy nikt nie zauważy, że to nic).

Innym czynnikiem związanym z treścią przekazu jest liczba argumentów i ich powtórzeń. Im więcej argumentów zawiera przekaz, tym większa jego skuteczność, bowiem im więcej argumentów, tym silniejsza wymowa przekazu i większy nacisk na odbiorcę. Ponadto kolejne argumenty oddziaływać mogą jako powtórzenia stanowiska podawanego w przekazie, zaś zgodnie z prawami uczenia się, wzrost liczby powtórzeń sprzyja skuteczniejszemu uczeniu się stanowiska zawartego w przekazie. Dobroczynny wpływ liczby argumentów na skuteczność perswazji ma jednak dwa istotne ograniczenia.

Po pierwsze, w przypadku perswazji toczącej się torem centralnym, wzrost liczby argumentów jest korzystny tylko wtedy, gdy są one silne. Bowiem gdy ludzie są motywowani do przetwarzania przekazu, łatwiej wykrywają mierność dużej niż małej liczby argumentów słabych, co powoduje spadek skuteczności perswazji w miarę wzrostu liczby słabych argumentów, jak to przedstawia rysunek 6.5.

Po drugie, wzrost liczby argumentów (lub powtórzeń tego samego argumentu) wywołuje znudzenie i/lub opór przeciwko naciskowi wywieranemu przez nadawcę, a oba te zjawiska powodują spadek skuteczności perswazji. W konsekwencji, ogólna zależność między liczbą argumentów (powtórzeń) a skutecznością perswazji ma charakter krzywoliniowy: początkowo wzrost liczby argumentów nasila zmianę postaw, jednak dalszy wzrost liczby argumentów powoduje osłabienie zmiany postaw (Gorn, Goldberg, 1980). Zanik korzystnych skutków wzrostu liczby argumentów następuje szybciej przy sprawach dobrze odbiorcy znanych, niż przy sprawach zupełnie dlań nowych, bowiem znudzenie pojawia się tu po znacznie większej liczbie argumentów, lub wcale nie zdąży się pojawić. Zanik taki występuje też szybciej przy złym rozłożeniu argumentów w czasie - mianowicie kiedy nadawca podaje dużą liczbę argumentów w czasie na tyle krótkim, że przekracza to możliwości ich zrozumienia i zapamiętania przez odbiorcę (Eagly, 1974).

Jeszcze inny aspekt treści przekazu to jednostronność - dwustronność argumentacji. W spornej sprawie istnieją oczywiście argumenty za i przeciw każdemu z możliwych stanowisk. Czy nadawca powinien unikać przedstawiania argumentów przeciwnych własnemu stanowisku i tworzyć komunikaty jednostronne? Dzięki temu jego stanowisko może wydać się bardziej zdecydowane i silniejsze, ale może być również

posądzony o manipulatorskie ukrywanie kontrargumentów lub o nieumiejętność poradzenia sobie z nimi. Czy też przeciwnie, nadawca powinien przedstawić też i argumenty sprzeczne z jego stanowiskiem? Dzięki temu jego stanowisko może wydać się słabsze, ale za to wiarygodniejsze i bliższe odbiorcom o odmiennych poglądach, a ponadto nadawca może przecież zbić kontrargumenty i uodpornić odbiorców na późniejszą kontrpropagandę.

Próbie udzielenia odpowiedzi na te pytania podjęto już dawno, pod koniec II wojny światowej. Po klęsce Niemiec, wśród amerykańskich żołnierzy walczących jeszcze na Pacyfiku zaczęło szerzyć się przekonanie o nieuchronności klęski Japonii, która miałaby być tylko kwestią tygodni, jeśli nie dni. Ponieważ obniżało to w oczywisty sposób ducha bojowego armii, podjęto akcję propagandową mającą przekonać żołnierzy, że wojna z Japonią potrwa jeszcze dwa lata. Żołnierzom przedstawiano dwie 15-minutowe pogadanki radiowe: jednostronną (podkreślającą potencjał militarny Japonii, jej dotychczasowe zwycięstwa itp.), albo dwustronną (wskazującą też na potęgę USA itp.). Żaden z przekazów nie okazał się bezwarunkowo skuteczniejszy od drugiego. Skuteczność *zależała* natomiast od wykształcenia i początkowej postawy odbiorców. Odbiorcy nisko wykształceni i których postawa była zbliżona do stanowiska przekazu lepiej zostali przekonani przekazem jednostronnym. Natomiast odbiorcy wykształceni i żywiący opinie rozbieżne ze stanowiskiem przekazu lepiej zostali przekonani przekazem dwustronnym (Hovland, Lumsdaine, Sheffield, 1949).

Wspólna interpretacja tych wyników jest taka, że komunikaty jednostronne są o tyle skuteczne, o ile odbiorca nie zdaje sobie sprawy z istnienia alternatywnego w stosunku do przekazu, a możliwego do utrzymania stanowiska w spornej kwestii. Komunikaty dwustronne są natomiast skuteczne o tyle, o ile odbiorca już i tak zdaje sobie sprawę (dzięki wykształceniu lub własnej początkowej opinii) z istnienia takiej alternatywy. Z tych właśnie powodów zmieniać się może jego ocena wiarygodności nadawcy, a także motywacja do ulegania lub opierania się perswazji zawartej w przekazie. Interpretację tę sprawdzali Jones i Brehm (1970) w eksperymencie symulującym rozprawę sądową. Badani wysłuchiwali mowę oskarżyciela zawierającą jedno- bądź dwustronną argumentację o winie oskarżonego, sami zaś występowali w roli sędziów rozstrzygających o tej winie. Argumentacja jednostronna okazała się ogólnie skuteczniejsza od dwustronnej, jednak przewaga ta silnie malała u badanych poinformowanych już na wstępie, że rozstrzygana sprawa jest niejasna - a więc, że istnieje możliwe do przyjęcia stanowisko alternatywne w stosunku do oskarżeń prokuratora.

Względna skuteczność przekazów jedno- i dwustronnych uzależniona jest także od medium, za pomocą którego przekazy docierają do odbiorcy. W bezpośrednim i dłuższym kontakcie nadawcy z odbiorcą przewagę mają komunikaty dwustronne. Jednakże współcześnie większość komunikatów dociera do odbiorców za pomocą telewizji zawierającej przekazy bardzo

liczne, krótkotrwałe i szybko zastępujące się nawzajem. W takim „gęstym” otoczeniu informacyjnym przemyślane przetwarzanie komunikatów jest bardzo utrudnione - nawet reklama porównawcza (marka X jest lepsza od Y) może przynosić efekty bumerangowe, ponieważ odbiorcy często nie pamiętają, o której marce mówiono dobrze, a o której źle i rekonstruuja reklamy jako przychylniejsze wobec bardziej znanej marki. Stąd też wiodące marki unikają reklamy porównawczej, a uciekają się do niej kampanie marketingowe nowych marek aspirujących do lepszej pozycji na rynku. Np. McDonald's, lider swego sektora rynku, nigdy nie przyrównuje się do Burgera Kinga, choć często bywa odwrotnie (Pratkanis, Aronson, 2000). Porównań unikają też w kampaniach wyborczych politycy już sprawujący urząd (nie chcąc robić bezpłatnej reklamy słabo znanemu pretendentowi), choć często je stosują dopiero wstępujący na arenę przeciwnicy.

Ostatni problem związany z treścią przekazu dotyczy o d w o ł y w a n i a s i ę d o e m o c j i . Większość rodziców pragnących zmienić zachowanie swoich pociech ucieka się albo do obietnic nagrody, albo do gróźb kary. Wielcy mówcy porywający tłumy, jak Cezar czy Hitler, z wirtuozerią grali na emocjach owych tłumów. Na początku lat 70., E. Gierek emocjonująco nawoływał do zbudowania drugiej Polski, a w 10 lat później L. Wałęsa - do zbudowania drugiej Japonii. Usiłując do czegoś ludzi przekonać, nadawcy starają się ich „porwać za sobą” i „przemówić do ich serc”. Ile prawdy jest w powszechnym przekonaniu, że propaganda odwołująca się do emocji jest skuteczniejsza od odwołań do samego rozumu? Odpowiedź zależy tu przede wszystkim od znaku emocji wzbudzanych przekazem.

Kiedy przekaz wzbudza w nadawcach emocje pozytywne, wszystkie przesłanki (np. klasyczne warunkowanie emocji, czy mechanizmy wpływu nastroju na przetwarzanie danych) każą przewidywać wzrost jego skuteczności. W przypadku negatywnych emocji wzbudzanych przekazem sprawa jest jednak bardziej skomplikowana, przy czym wszystkie rozważania musimy ograniczyć jedynie do oddziaływania strachu, ponieważ tylko tej emocji poświęcono znaczącą liczbę badań.

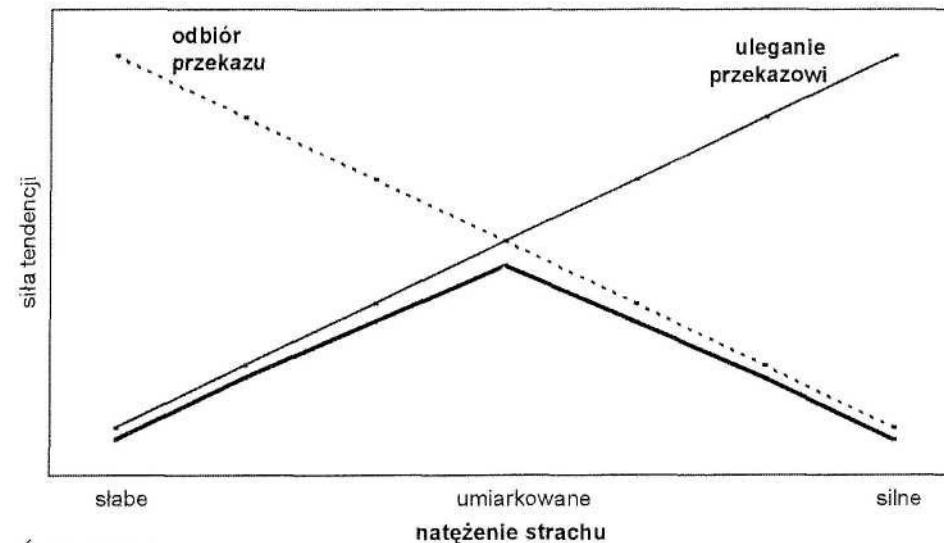
W jednym z pierwszych Janis i Feshbach (1953) podawali przekaz mający wywołać strach o stan zębów badanych. W pierwszej grupie wywoływano silny strach - informowano badanych, że infekcje uzębienia mogą się przeznaczać na oczy, serce i stawy, a informacjom tym towarzyszyły kolorowe przeznaczenia z odrażającymi widokami zepsutych zębów. Zmniejszając odpowiednio liczbę przeznaczeń i doniosłość konsekwencji grożących w przypadku zaniedbania zębów, autorzy stworzyli jeszcze dwie wersje tego komunikatu wzbudzające strach umiarkowany lub słaby, podając te wersje dwóm następnym grupom badanych. Zróżnicowanie przekazów okazało się skuteczne: im bardziej lękotwórczy - w zamierzeniu - był przekaz, tym więcej osób donosiło o przeżywaniu strachu i zastanawianiu się nad stanem własnych zębów. Jednak wraz ze wzrostem lękotwórczości przekazu spadała jego

skuteczność w wywoływaniu zamierzonych zmian postaw, wpływaniu na zachowanie badanych (wizyta u dentysty w ciągu pierwszego tygodnia od otrzymania przekazu) i uodparnianiu ich na późniejszą kontrpropagandę. W wielu późniejszych badaniach nie udało się powtórzyć tego schłodnego wzorca wyników, a niektóre z nich przekonują o wzroście skuteczności przekazu wraz ze wzrostem wzbudzanego przezeń strachu (por. Leventhal, 1970). Sprzeczności te są wyjaśniane na dwa sposoby.

Wyjaśnienie pierwsze to hipoteza krzywoliniowości związku między natężeniem strachu a skutecznością perswazji: słaby i silny strach wywołuje niewielką zmianę postaw, podczas gdy strach umiarkowany wywołuje zmianę stosunkowo największą. Dzieje się tak dlatego, że - zgodnie z procesualnym modelem perswazji - wywołany przekazem strach wzbudza dwie wzajemnie się znoszące tendencje. Z jednej strony, nasila skłonność do ulegania przekazowi, ponieważ odbiorca nie chce się narazić na konsekwencje zignorowania zaleceń przekazu - tym bardziej, im poważniejsze są te konsekwencje, a więc im silniejszy strach. Z drugiej strony, strach obniża skłonność odbiorcy do odbierania przekazu, ponieważ wywoływane nim zagrożenie wzbudza chęć ucieczki i skłonność do obronnego zaprzeczania. Silne zagrożenie powoduje unikanie przekazu (przełączamy kanał telewizyjny), bądź też motywowany sceptycyzm, czyli skłonność do podważania wiarygodności przekazu. Np. studenci, u których test analizy śliny rzekomo wskazał na możliwość przyszłych kłopotów z funkcjonowaniem trzustki obdarzali test mniejszym zaufaniem (i wynajdywali więcej okoliczności, takich jak nietypowa dieta w ostatnich dniach, obniżających wiarygodność testu), niż studenci, u których analiza śliny nie wskazywała na możliwość kłopotów zdrowotnych (Ditto, Lopez, 1992). Tak więc, choć w miarę wzrostu lękotwórczości przekazu narasta motywacja do ulegania jego zaleceniom, faktyczna zmiana postaw rośnie tylko dopóty, dopóki rosnąca awersyjność przekazu nie zmusi odbiorcy do przerwania kontaktu z przekazem lub podważenia jego wiarygodności, jak to przedstawia rysunek 6.6.

Drugie wyjaśnienie sprzeczności w wynikach dotyczących wpływu strachu na skuteczność przekazu wiąże się z czynnikami decydującymi o stopniu nachylenia krzywej obrazującej tendencję do odbioru przekazu z rysunku 6.6. Liczne badania Howarda Leventhala i współpracowników przekonują, że krzywa ta jest bardziej „stroma”, a więc tendencja do odbierania przekazu zanika szybciej w miarę wzrostu strachu, gdy odbiorcy brak wiary w możliwość poradzenia sobie z zagrożeniami, o których mowa w przekazie (Leventhal, 1970; Leventhal, Cameron, 1994). Przyczynia się do tego niska samoocena odbiorcy - ludzie słabo przekonani o wartości własnej osoby skłonni są na silne zagrożenie reagować „chowaniem głowy w piasek” i biernością. W jednym ze swoich badań Leventhal pokazywał krwawy film przedstawiający wypadek samochodowy - albo w taki sposób, że wzbudzał silny strach (oglądany był z bliska na dużym ekranie), albo strach słaby (film oglądany

Rysunek 6.6. Wpływ strachu wzbudzanego przekazem na tendencję do ulegania przekazowi, tendencję do jego odbierania i wynikającą z tych tendencji zmianę postaw - według procesualnego modelu perswazji



Źródło: McGuire (1985).

z daleka, na małym ekranie). Osoby o umiarkowanej i wysokiej samoocenie podejmowały więcej środków zaradczych przeciwdziałających wypadkom po silnym niż słabym strachu, natomiast osoby o samoocenie niskiej - odwrotnie (po silnie lękotwórczym przekazie te ostatnie twierdziły, że czują się tak zmęczone, iż nie są w stanie wyobrazić sobie własnej postaci jako ofiary wypadku drogowego). Jednak nawet osoby o niskiej samoocenie mogą zaprzestać chowania się pod kołdrą, czyli nadal odbierać przekaz i działać w zgodzie z jego przesłaniem, jeżeli przeciwdziałać ich poczuciu obezwładniającego przytłoczenia. Najbardziej skutecznym środkiem jest wyposażenie przekazu w szczegółowe, konkretne wskazówki, jak poradzić sobie z zagrożeniami, o których mowa w przekazie. W jednym z badań Leventhal podawał swoim studentom ulotkę nawołującą do zaszczepienia się przeciw tężcowi, której towarzyszyło wzbudzanie silnego, słabego lub żadnego strachu przed konsekwencjami tężca. Niezależnie od tego, ulotce towarzyszyła lub nie towarzyszyła szczegółowa mapka miasteczka uniwersyteckiego pokazująca, gdzie i kiedy można się zaszczepić. Ani sama ulotka (bez wzbudzania strachu), ani sama mapka nie nakłoniły studentów do zastrzyku. Jednak kiedy ulotka wzbudzała strach, a studenci wyposażeni byli w mapkę, znaczny ich odsetek zgłaszał się na szczepienie - i to tym większy, im silniejszy był strach wzbudzany ulotką.

Tak więc strach nasila ulegania przekazowi, jeżeli ten zawiera jasne wskazówki, jak sobie z zagrożeniem poradzić. Jednak z drugiej strony strach nasila też skłonność do unikania przekazu, co ma ten skutek, że wzrost

strachu osłabia oddziaływanie przekazu, jeżeli odbiorca nie potrafi sobie radzić z zagrożeniem wskutek braku odpowiednich informacji, niskiej samooceny itd.

6.2.3. Organizacja przekazu

Identyczne treści mogą wywierać większy lub mniejszy wpływ w zależności od sposobu ich zorganizowania przez nadawcę. Przyjrzyjmy się dwóm problemom związanym z organizacją przekazu: kolejności argumentacji i rozpisywaniu argumentów na kilku różnych nadawców.

Kolejność argumentacji odgrywa istotną rolę zarówno wtedy, kiedy ten sam nadawca przekazuje komunikat dwustronny (które argumenty przedstawić najpierw - za czy przeciw własnemu stanowisku?), jak i wtedy, kiedy różni nadawcy usiłują przekonać audytorium do sprzecznych stanowisk (czy najpierw samemu wystąpić, żeby uprzedzić i odpowiednio naświetlić argumentację przeciwnika, czy też ustąpić mu pierwszeństwa, by potem tym skuteczniej zbić jego argumenty?). Wczesne badania nad perswazją przyniosły wyniki dowodzące zarówno efektu pierwszeństwa, czyli silniejszego oddziaływania argumentów przekazanych jako pierwsze z kolei, jak i efektu świeżości, czyli silniejszego oddziaływania argumentów podanych na końcu, a więc „najświeższych”. Czynnikiem rozstrzygającym o tym, który z tych efektów wystąpi w danej sytuacji jest czas upływający między pierwszym przekazem, drugim przekazem i decyzją odbiorcy (np. jego głosowaniem czy pomiarem postawy). W serii eksperymentów symulujących rozprawę sądową, podawano badanym występującym w roli sędziów podsumowanie argumentów oskarżyciela (przekaz A) i argumentów obrońcy (przekaz B). Manipulowano natomiast czasem upływającym między dwoma przekazami i między drugim z nich a momentem pomiaru ostatecznych sądów osób badanych (Miller, Campbell, 1959). Efekt pierwszeństwa pojawił się w sytuacji, kiedy pierwszy i drugi przekaz następowały bezpośrednio po sobie, ale pomiar postawy (decyzji o winie oskarżonego) był odroczony w czasie i następował dopiero po upływie tygodnia. Efekt świeżości pojawia się natomiast wtedy, kiedy między pierwszym i drugim przekazem była długa (tygodniowa) przerwa, zaś pomiar postawy następował bezpośrednio po drugim przekazie. Żadnych zaś efektów kolejności nie stwierdzono, kiedy oba przekazy i pomiar postawy następowały bezpośrednio po sobie, bądź też wtedy, kiedy obie przerwy (między przekazami i między drugim przekazem a pomiarem postawy) były długie. Prawdopodobieństwo efektu pierwszeństwa rośnie także wtedy, kiedy ten sam nadawca podaje oba przekazy oraz wtedy, kiedy informacje w nich zawarte nie były uprzednio znane odbiorcy. Szansa wystąpienia efektu świeżości rośnie natomiast wtedy, kiedy informacje z przekazów już uprzednio znane były odbiorcy, oraz wtedy, kiedy odbiorca zostaje uprzedzony o deformacjach wynikających z ulegania efektowi pierwszeństwa.

Istotnym czynnikiem w występowaniu efektu pierwszeństwa jest ilość przetwarzania informacji zawartej w przekazie (Petty, Wegener, Fabrigar, 1997). Gdy odbiorcy silnie angażują się w przetwarzanie pierwszego przekazu, sprawia to powstanie względnie silnej postawy, która powoduje tendencyjny odbiór drugiego przekazu. W konsekwencji pojawia się efekt pierwszeństwa, zaś efekt świeżości występuje w przypadku małej ilości przetwarzania informacji zawartej w przekazie, ponieważ przekaz drugi jest lepiej pamiętany.

Innym ważnym aspektem organizacji przekazu jest *liczba nadawców*. Kiedy świadkowie Jehowy podejmują próby nawrócenia błądzących, zabierają się do tego zawsze we dwie osoby. I mają rację: uleganie wpływowi społecznemu rośnie wraz z liczbą osób wpływ ten wywierających (por. *KONCEPCJA 12*). Badania pokazują, że jeżeli dwie osoby zbierają datki na Towarzystwo Zwalczenia Białaczki, to procent ofiarodawców jest większy, a średni datek hojniejszy, niż wtedy, gdy zbiera je tylko jedna osoba (Jackson, Latane, 1982). Większa skuteczność kilku nadawców przedstawiających po jednym argumentie, niż jednego przedstawiającego wszystkie wynika z tego, że pojawienie się nowego nadawcy silniej przyciąga uwagę do wygłaszanego przezeń następnego argumentu. Świadczy o tym fakt, że przewaga licznych nadawców nad pojedynczym zanika wtedy, kiedy odbiorcy zostaną poddani dystrakcji (Harkins, Petty, 1987), a więc kiedy ich uwaga jest przeciążona i nie może już rosnąć wskutek pojawienia się następnego nadawcy.

6.2.4. Środek przekazu

Najważniejszym środkiem masowego przekazu są oczywiście prasa, radio i telewizja. Logicznie rzecz biorąc, im „żywszy” środek przekazu, tym większa powinna być jego skuteczność - a więc przekazy telewizyjne winny być skuteczniejsze od radiowych, te zaś - skuteczniejsze od przekazów pisanych.

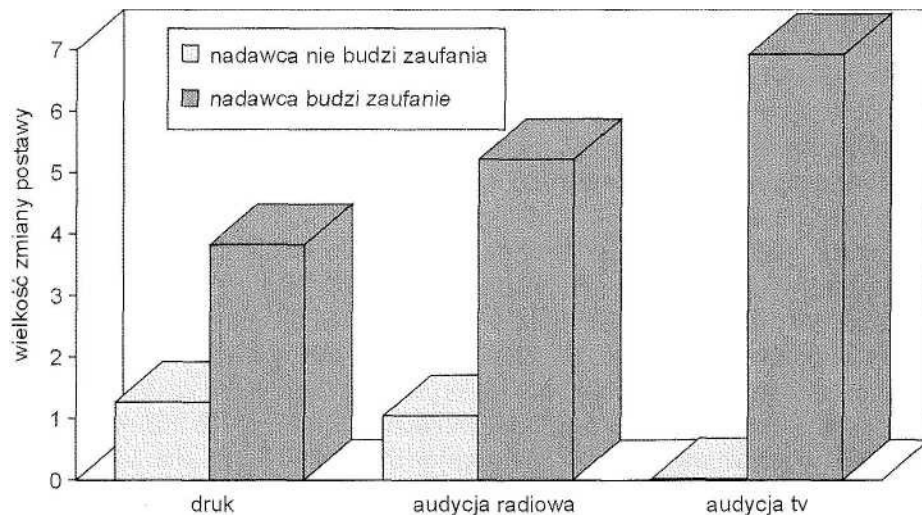
Ilustracją potęgi radia jest historia, jaka miała miejsce z okazji emisji pewnej audycji radiowej zrealizowanej przez znakomitego reżysera Orsona Wellesa. Audycja zrealizowana była w konwencji relacji „na żywo” z następującej właśnie inwazji Marsjan na Ziemię. Wyreżyserowano to tak doskonale, a publiczność w 1938 roku była tak mało przyzwyczajona do ekstrawagancji mass mediów, że spośród jej 6-milionowego audytorium około milion słuchaczy wpadł w prawdziwą panikę, opuszczając swoje domy i miasta w ucieczce przed Marsjanami (Worchel, Cooper, 1983). Tym bardziej przekonujące mogą być efekty telewizji, która pozwala nam nie tylko słyszeć, ale i widzieć „na własne oczy” nawet to, czego nigdzie poza ekranem dostrzec nie sposób.

Systematyczne badania nad skutecznością różnych mass mediów wskazują jednak na ograniczenia reguły żywotność = skuteczność. Ograniczenie pierwsze

wiąże się ze stopniem złożoności treści zawartych w przekazie. Przekazy proste mogą być rozumiane jednakowo dobrze przy każdym medium i one to najbardziej powinny zyskiwać w miarę wzrostu „żywości” środka przekazu. Komunikaty złożone łatwiej natomiast zrozumieć w formie pisanej - zawsze przecież można wrócić do poprzedniego wiersza i powtórnie przeczytać trudniejszy fragment. W zgodzie z tym rozumowaniem, kiedy proste lub złożone przekazy przedstawiano badanym w postaci słowa drukowanego, nagrania magnetofonowego i nagrania wideo, stwierdzono, że uleganie przekazowi prostemu rosło w miarę wzrostu „żywości” medium. Jednak przy złożonym przekazie, największe uleganie jego treści stwierdzono wtedy, kiedy miał on postać pisaną (Eagly, Chaiken, 1993).

Ograniczenie drugie wiąże się z cechami nadawcy. Oczywiście radio, a przede wszystkim telewizja, silnie eksponują osobę nadawcy, którego w druku ani nie widać, ani nie słychać. Zatem im żywszy środek przekazu, tym bardziej widoczna jest dla odbiorcy zarówno duża, jak i mała wiarygodność nadawcy. W badaniu, którego wyniki przedstawia rysunek 6.7, ten sam przekaz (dotyczący legalizacji sprzedaży alkoholu w stanie, w którym był on zabroniony) przedstawiany był przez nadawcę słabo lub silnie wiarygodnego za pośrednictwem słowa pisanego, mówionego lub też przekazu telewizyjnego. Oczywiście nadawca wiarygodny wywołał nieporównanie silniejszą zmianę postaw niż nadawca mało wiarygodny, a wraz ze wzrostem żywości

Rysunek 6.7. Wpływ środka przekazu na jego skuteczność w zależności od stopnia zaufania, jaki nadawca budzi u odbiorców



Zmienną zależną jest w tym badaniu różnica między średnią zmianą postaw w danej kombinacji warunków eksperymentalnych a zmianą postaw, jak wystąpiła w grupie kontrolnej, nie poddanej żadnemu przekazowi. Źródło: Andreoli, Worchel (1978).

środka przekazu skuteczność tego pierwszego systematycznie rosła. I to niezależnie od kierunku przekazu (rozbicie dwóch kierunków przekazu pominięte jest jednak na rys. 6.7 - zawsze idzie o zmianę postaw w kierunku zamierzonym przez nadawcę). Jednak i tak już niewielka skuteczność nadawcy mało wiarygodnego malała wraz ze wzrostem żywości medium, tak że w przypadku telewizji uzyskiwał on niemalże tyle zmian zamierzonych, ile bumerangowych, co w efekcie dawało zmianę zerową.

Choć więc niemal wszyscy nadawcy rwą się do telewizji (np. przy okazji różnych kampanii wyborczych), ci którzy nie są wiarygodni (albo sympatyczni) dla odbiorców, lepiej by zrobili zostając w domu, albo poprzestając na kampanii prasowej, w której ich cechy byłyby mało widoczne dla odbiorców perswazji.

Juliusz Cezar nie dysponował nawet prasą, a jednak potrafił nakłonić tysiące swoich żołnierzy do poświęcenia życia w walce o dość wątpliwe cele (złośliwi twierdzą, że celem Cezara było zostać bogiem, co mu się zresztą udało). Historycy starożytni zgodni są w twierdzeniu, że jedną z przyczyn charyzmy Cezara był niezwykle bliski kontakt, jaki utrzymywał ze swoimi żołnierzami - znał imiona tysięcy z nich, dzielił sposób ich bytowania podczas wojen itd. Nie trzeba zresztą szczególnej charyzmy nadawcy, aby skuteczność jego perswazji rosła w bezpośrednim kontakcie z odbiorcami. Kiedy w pewnym mieście przeprowadzono akcję propagandową na temat konieczności wprowadzenia zmian do statutu miejskiego, to za pomocą mass mediów udało się przekonać jedynie 19% odbiorców, za pomocą listów wysyłanych do domu przekonano już 45%, natomiast aż 75% odbiorców przekonano podczas wizyt składanych w ich mieszkaniu (Katz, Lazarsfeld, 1955).

Wzrost skuteczności perswazji w bezpośrednim kontakcie nadawcy z odbiorcą stwierdzono także w wielu innych badaniach. Wzrost ten może mieć kilka przyczyn. Podczas kontaktu bezpośredniego nadawca może na bieżąco modyfikować i indywidualizować swój przekaz w zależności od stopnia jego rozumienia i akceptacji przez odbiorcę, silnie zwracać uwagę odbiorcy na to, co mówi, nagradzać go, dokonywać różnych manipulacji podnoszących jego status (np. zajmować centralną pozycję w danej sytuacji, manipulować dystansem dzielącym go od odbiorców itd.). Wszystko to nie zmienia jednak prostego faktu, że choć bezpośredni kontakt najlepiej służy przekonywaniu, jednak dotyczy to jedynie bardzo nielicznych odbiorców, co w wielu sytuacjach może okazać się niczym w porównaniu z milionami, do których daje się dotrzeć za pomocą mass mediów.

6.2.5. Odbiorca

Ostatnia wielka klasa wyznaczników skutecznej perswazji wiąże się z osobą odbiorcy. Wiele wczesnych badań próbowało odpowiedzieć na pytanie, czy podatność na perswazję jest sama w sobie cechą osobowości. Oznaczałoby to, że ludzie ulegający perswazji w jakiejś sprawie mają też większą

ŻYCIE 6.a Czy reklamy działają na podświadomość?

W doniesieniach prasowych co jakiś czas powraca temat reklamowych czy propagandowych oddziaływań na podświadomość, tzn. kształtowania myśli, uczuć i zachowań za pomocą przekazów tak słabych czy krótkotrwałych (o czasie ekspozycji rzędu kilku lub kilkunastu milisekund), że ludzie nie zdają sobie w ogóle sprawy z ich wystąpienia. Pierwsze takie doniesienia pojawiły się w połowie XX wieku, kiedy to pewien specjalista od reklamy nazwiskiem James Vicary ogłosił, że podczas seansów filmowych wyświetlał na ekranie podprogowe komunikaty o treści PIJ COLĘ oraz JEDZ POPCORN, stwierdzając wzrost spożycia popkornu o 57,7% i coli o 18,1%. Lęk przed niepożądanym oddziaływaniem i oburzenie publiczności osiągnęły takie rozmiary, że niektóre rządy (australijski i brytyjski) zabroniły reklam podprogowych, podobnie jak amerykańskie narodowe stowarzyszenie nadawców. Jednak Vicary nigdy nie przedstawił dokładnego opisu metody swoich badań, a jeden z dociekliwych badaczy wykrył, że w małym miasteczku w kinie, w którym miały one mieć miejsce, nikt o takich badaniach nie słyszał. Wreszcie w 1962 roku Vicary przyznał, że właściwie to badań takich nie przeprowadził (Pratkanis, Aronson, 2000). Nikomu nie udało się też powtórzyć jego wyników, choć wielu próbowało. A/p. Canadian Broadcasting Corporation wyświetlała podprogowy komunikat ZADZWOŃ TERAZ aż 352 razy podczas pewnego niedzielnego programu rozrywkowego. Program ten oglądały miliony widzów i gdyby komunikat był skuteczny choćby dla 10% spośród nich, należałoby oczekiwać kilkuset tysięcy rozmów telefonicznych więcej niż zwykle. W rzeczywistości wzrostu takiego nie stwierdzono, zaś żaden z 500 widzów, którzy listownie starali się odgadnąć treść komunikatu, nie był w stanie go poprawnie wskazać.

Podobnie ma się sprawa ze skutecznością nagrań magnetofonowych zawierających podprogowe komunikaty rzekomo podnoszące samoocenę, czy różne zdolności umysłowe słuchaczy (w wielu krajach tego rodzaju „terapeutyczne” taśmy są popularne, stanowiąc biznes przynoszący dziesiątki milionów dolarów zysku rocznie). Pratkanis, Eskenazi i Greenwald (1994) zaprosili do badań osoby pragnące samonaprawy, zmierzili im samoocenę i zdolności pamięciowe, a następnie wręczyli zakupione w sklepie taśmy reklamowane jako podwyższające bądź to samoocenę, bądź pamięć (taśmy zawierały różne fragmenty muzyki klasycznej oraz podprogowe komunikaty w rodzaju „Mam wysoką samoocenę i poczucie własnej wartości” lub „Moje zdolności zapamiętywania i przypominania rosną z dnia na dzień”). Części badanych powiedziano, że taśmy mają podprogowo podwyższać samoocenę (choć tylko połowa z nich słuchała tych taśm; połowa słuchała taśm mających polepszać pamięć); części powiedziano, że taśmy mają poprawiać pamięć (choć tylko połowa słuchała faktycznie tych taśm; połowa słuchała pozostałych taśm). Badani słuchali taśm codziennie przez okres 5 tygodni (wedle zaleceń ich producenta), po czym wrócili do laboratorium. Przekonani, że słuchali taśm podwyższających samoocenę sądzili, że ich samoocena uległa poprawie niezależnie od tego, których taśm naprawdę wysłuchali. Podobnie badani przekonani, że wysłuchiwali taśm polepszających pamięć zauważali u siebie poprawę pamięci (również niezależnie od tego, jakie taśmy naprawdę odsłuchiwali). Ponowne wypełnienie testów pamięci i samooceny nie potwierdziło jednak takiego wzorca zmian. Subiektywne oczekiwania badanych uległy potwierdzeniu, choć nie miało to nic wspólnego z obiektywnymi faktami. Trudno empirycznie dowieść nieistnienia czegoś - to, że jakiegoś faktu nie udało się stwierdzić w badaniu nie dowodzi jeszcze jego nieistnienia. Jednak podobne wyniki wskazujące na brak obiektywnych efektów „terapeutycznych” taśm stwierdzono w ponad 9 odrębnych eksperymentach z użyciem różnych taśm (por. Pratkanis, Eskenazi, Greenwald, 1994).

skłonność do ulegania innym zabiegom perswazyjnym, na zupełnie inny temat i w innej sytuacji. Janis i współpracownicy (1959) stwierdzili, że korelacje między zmianą jednej postawy a zmianą dowolnej innej postawy tego samego odbiorcy wskutek innej perswazji wahały się w przedziale od -0,12 do 0,52 (przy medialnej korelacji 0,22). Skłoniło to autorów tych wyników do postulowania, iż podatność na perswazję jest odrębną cechą. Jednak większość współczesnych badaczy pozostaje tu sceptyczna uważając, iż skorelowanie ulegania w różnych sytuacjach jest zbyt nikłe i niekonsekwentne, aby można było wniosek ten zaakceptować.

Złożone wyniki przyniosły próby znalezienia osobowościowych wyznaczników podatności na perswazję. Bardzo wiele badań przyniosło wyniki wskazujące, że takie cechy, jak inteligencja, samoocena, introwersja-sekstrawersja, czy poczucie kontroli, mogą zarówno nasilać lub osłabiać uleganie perswazji, jak i w ogóle na nią nie wpływać. Sprzeczności te wiążą się z faktem, iż perswazja jest złożonym, wieloetapowym procesem - jak to zakłada omawiana na wstępie teoria McGuire'a - a ta sama cecha odbiorcy może w różny sposób wpływać na przebieg różnych etapów tego procesu, przede wszystkim na odbiór i uleganie przekazowi. Np. metaanaliza kilkunastu badań wykazała krzywoliniowy związek samooceny ze zmianą postaw: osoby o samoocenie umiarkowanej ujawniają silniejszą zmianę postaw niż osoby o samoocenie niskiej i wysokiej (Rhodes, Wood, 1992). Wiąże się to z faktem, że niska samoocena podwyższa skłonność do ulegania, ale obniża zdolność do odebrania przekazu (osoby takie są zbyt wycofane i zajęte myślami o sobie, by zwracać uwagę na przekaz lub w pełni go zrozumieć). Z kolei wysoka samoocena podwyższa zdolność do odebrania przekazu, ale obniża skłonność do ulegania mu, jako że osoby o wysokiej samoocenie są motywowane do obrony dotychczasowych poglądów i potrafią to robić (por. krzywoliniowe oddziaływanie inteligencji omówione w rozdz. 6.1.1).

A jednak w pewnym sensie to właśnie w odbiorcy tkwią najważniejsze wyznaczniki skutecznej perswazji. Jednak wiążą się one nie z jego cechami, lecz z jego procesami psychicznymi występującymi w trakcie perswazji. Kluczowym procesem jest oczywiście przetwarzanie argumenta i jej zawartej w przekazie - wiele czynników zarówno sytuacyjnych, jak i związanych z cechami odbiorcy, decyduje o skuteczności perswazji właśnie za pośrednictwem wpływania na poznawcze reakcje odbiorcy na przekaz. Rozważmy, w jaki sposób na reakcje te wpływa początkowa postawa odbiorcy, jego poziom zaangażowania w kwestię poruszaną w przekazie i nastrój w momencie zapoznawania się z przekazem.

Postawy silne, a więc z jednej strony zaangażowane (wyznawane z dużym stopniem pewności i zwykle krańcowe), z drugiej zaś centralne (silnie powiązane z jej posiadaczem i systemem wartości, zwykle zawierające też rozbudowaną wiedzę o swym obiekcie), trudniej oczywiście zmienić. Oba te aspekty ważności w nieco inny sposób wpływają na opór w stosunku do

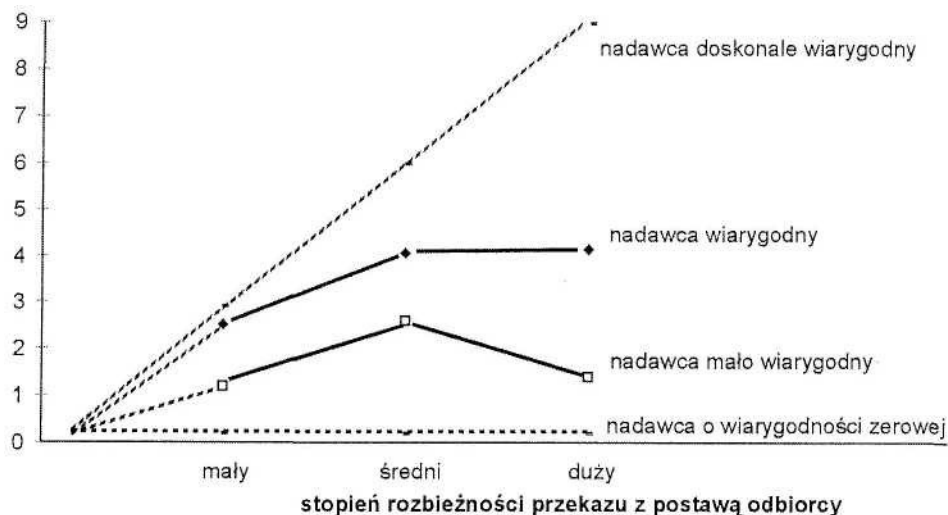
prób perswazji (Pomerantz, Chaiken, Tordesillas, 1995). Postawy silne wskutek zaangażowania emocjonalnego deformują reakcje człowieka na przekaz - nasilają selektywność przetwarzania informacji, powodują wzrost liczby kontrargumentów wymyślanych w odpowiedzi na przekaz perswazyjny i/lub wzrost argumentów podtrzymujących dotychczasową postawę. Postawy silne z powodu ich centralności również trudniej zmienić, ale z nieco innych powodów - nasilają ogólną skłonność do poszukiwania informacji zarówno za, jak i przeciw własnej postawie, a ich zmiana wymaga prawdopodobnie argumentacji o lepszej jakości, niż zmiana postaw mniej centralnych.

O reakcji na przekaz decyduje też wielkość rozbieżności między oferowanym przezeń stanowiskiem a postawą odbiorcy. Przy rozbieżności małej, postawa może zmienić się tylko w niewielkim stopniu, a potencjalnie możliwy zakres zmian rośnie wraz ze wzrostem tej rozbieżności. Ponadto, teoria dysonansu poznawczego pozwala przewidywać, że wzrost rozbieżności nasila wielkość dysonansu przeżywanego przez odbiorcę, a więc i wielkość motywacji do jego usuwania za pośrednictwem zmiany własnej postawy. Jednak wraz ze wzrostem rozbieżności spada wiarygodność nadawcy w oczach odbiorcy („Tylko idiota może mieć tak skrajne czy nietypowe poglądy”), co powodować będzie usuwanie dysonansu nie przez zmianę własnej postawy, lecz przez odrzucenie przekazu. Aronson, Turner i Carlsmith (1963) wykazali, że właśnie wiarygodność nadawcy jest czynnikiem decydującym o postaci związku między rozbieżnością przekaz-postawa a skutecznością perswazji. Podawali badanym przekaz słabo, średnio lub silnie rozbieżny z ich postawą wobec pewnego utworu poetyckiego. Przekaz był przy tym przedstawiany jako pochodzący od nadawcy wiarygodnego w stopniu albo dużym (poeta T.S. Elliot), albo małym (nieznany student).

Jak pokazuje rysunek 6.8, oddziaływanie nadawcy wysoce wiarygodnego było oczywiście zawsze silniejsze niż nadawcy mało wiarygodnego. Co ważniejsze, przy nadawcy wysoce wiarygodnym zmiana postaw rosła liniowo w miarę wzrostu rozbieżności (choć zależność zaobserwowana empirycznie nie była tak schludnie prostoliniowa, jak zależność teoretycznie przewidywana), zapewne dlatego, że zmiana własnej postawy była tu najlogiczniejszym sposobem redukcji coraz większego dysonansu. Natomiast w przypadku nadawcy mało wiarygodnego zależność ta była krzywoliniowa. Początkowy wzrost rozbieżności wywołał narastanie zmiany postaw, choć dalszy wzrost rozbieżności owocował jej spadkiem, prawdopodobnie dlatego, że początkowo dysonans był redukowany przez zmianę własnej postawy, a potem - przez odrzucanie przekazu, co ułatwiał spadek wiarygodności nadawcy wskutek coraz większej rozbieżności jego stanowiska z początkową postawą odbiorcy.

Teoria dwutorowości perswazji, zakładająca wzrost zaangażowania i odbiorcy, przełącza perswazję na tor centralny i w konsekwencji nasila perswazję przy silnej argumentacji, a osłabia - przy argumentacji słabej.

Rysunek 6.8. Zmiana postawy jako funkcja rozbieżności między stanowiskiem oferowanym w przekazie a początkową postawą odbiorcy w zależności od stopnia wiarygodności nadawcy



Linie ciągłe oznaczają zależności empiryczne uzyskane przez Aronsona, Turnera i Carlsmitha (1963), linie przerywane - zależności oczekiwane na podstawie teorii dysonansu poznawczego. Źródło: Worchel, Cooper (1983).

Jednak dziesiątki badań nad konsekwencjami wzrostu zaangażowania podsumowane przez Johnsona i Eagly (1989) pokazują, iż rzeczywistość jest bardziej skomplikowana. Zaangażowanie odbiorcy może wynikać z różnych powodów, co decyduje o wpływie tej zmiennej na wielkość zmiany postaw. Kiedy wzrost zaangażowania wynika z silnego związku kwestii poruszanej w przekazie (i stanowiącej obiekt postawy) z bieżącymi celami i pragnieniami odbiorcy, skutki wzrostu zaangażowania rzeczywiście zależą od siły argumentacji podawanej w przekazie, tak jak to ilustruje np. rysunek 6.5. Kiedy jednak wzrost zaangażowania wynika z powiązania postawy z ważnymi wartościami wyznawanymi przez jej posiadacza, rezultatem zaangażowania jest zwykle spadek podatności na perswazję. Odbiorcy zaangażowani z tych powodów są niezłomni (lub fanatyczni - gdy ich poglądy nam się nie podobają) i trudno ich przekonać, ponieważ odrzucają wszelkie przekazy nie pokrywające się z ich opiniami, wedle zasady „kto nie jest z nami jest przeciwko nam”. Podobnie, choć w słabszym stopniu, oddziałuje wzrost zaangażowania wynikający z publicznego charakteru własnej postawy i reakcji na przekaz, a więc kiedy odbiorca pragnie wywrzeć dobre wrażenie na obserwujących go osobach.

Wiele obserwacji sugeruje, że pozytywny nastrój odbiorcy podnosi jego skłonność do ulegania perswazji. Dobrze o tym wiedzą politycy i biznesmeni, starając się prowadzić negocjacje w warunkach zapewniających dobry nastrój, np. podczas posiłku w wytwornym lokalu. Skuteczność perswazji

może być uzależniona od nastroju na mocy kilku mechanizmów, z których najbardziej interesujący odwołuje się do odmiennych funkcji adaptacyjnych emocji pozytywnych i negatywnych. Ponieważ nastrój pozytywny działa uspokajająco i demobilizująco, owocuje on większą skłonnością do posługiwania się upraszczającymi heurystykami, zamiast uważnym przetwarzaniem odbieranych przekazów. Z kolei nastrój negatywny owocuje wzrostem czujności i mobilizacji, a w konsekwencji silniejszą motywacją do przetwarzania informacji.

Hipotezy te sformułowali Norbert Schwarz, Herbert Bless i Gerd Bohner (1991), którzy w eleganckiej serii eksperymentów wprowadzali swoich badanych w dobry lub zły nastrój i próbowali zmieniać ich postawy za pomocą silnej lub słabej argumentacji. Jak wskazują wyniki z tab. 6.1, badani wprowadzeni w dobry nastrój okazali się jednakowo przekonani argumentami silnymi i słabymi, natomiast badani w nastroju negatywnym bardziej dali się przekonać argumentom silnym niż słabym. Co więcej, tylko w nastroju negatywnym argumenty silne wywoływały więcej przychylnych, a mniej nieprzychylnych myśli na temat przekazu niż argumenty słabe. W innych badaniach ci sami autorzy stwierdzili zanik różnic między nastrojem pozytywnym i negatywnym, a także między reakcjami na argumentację silną i słabą, kiedy obecność dystraktorów przeszkadzała badanym w rzeczywistym przetwarzaniu przekazu. Tak więc nastrój pozytywny podwyższa uleganie argumentom słabym, choć obniża uleganie argumentom silnym. Nastrój negatywny działa odwrotnie.

Tabela. 6.1. Wpływ nastroju i jakości argumentacji zawartej w przekazie na zmianę postawy oraz na proporcję przychylnych i nieprzychylnych myśli na temat przekazu

Argumentacja	Dobry nastrój	Zły nastrój
	postawa	
słaba	4,60	3,00
silna	4,70	5,40
	przychylne myśli na temat przekazu	
słaba	0,16	0,06
silna	0,14	0,31
	nieprzychylne myśli na temat przekazu	
słaba	0,50	0,59
silna	0,55	0,35

Źródło: w adaptacji wg: Bless i in., 1990.

ZŻYCIA6.b Skuteczność cenzury

W każdym niemal czasie i miejscu, cenzura była i jest jednym z najbardziej kontrowersyjnych problemów związanych z procesami komunikacji, zwłaszcza masowej. Nadawcy i dysponenti środków przekazu często preferują z różnych względów podawanie jedynie ograniczonych informacji, podczas gdy odbiorcy zwykle zdają się pożądać nieograniczonego dostępu do wszelkich danych. Jak wskazują liczne badania, przekonanie odbiorcy, iż przekaz został ocenzone wywołuje znaczące zmiany zarówno w przebiegu, jak i w końcowych efektach perswazji. W jednym z badań zapowiadano studentom dwa przekazy dotyczące zezwalania policji lub nie na interweniowanie na terenie miasteczka uniwersyteckiego. Następnie jednego z tych przekazów w ogóle nie zaprezentowano z tego powodu, że władze uniwersytetu -jakpowiedziano studentom -zakazały jego wygłaszania. Badani ujawnili zmiany w postawach o kierunku zgodnym z wymową przekazu ocenzonego, a więc tego, który w ogóle do nich nie dotarł (por. Worchel, Cooper, 1983). Podobną zależność uzyskano i w innych badaniach stwierdzając ponadto, iż ocenzone przekazy nasila motywację odbiorców do uzyskania zabronionej informacji, a zjawiska te występują także wtedy, kiedy cenzor jest kompetentny w danej dziedzinie lub atrakcyjny dla odbiorców (Worchel, Arnold, Baker, 1975). Wskazuje to, że bumerangowe efekty cenzury są wynikiem nie tyle spadku wiarygodności nadawcy-cenzora, ile wzbudzenia reaktancji (por. KONCEPCJA 6) - motywacji do odzyskania swobody wyboru utraconej w wyniku cenzury.

Ogólnie rzecz biorąc, cenzurowanie przekazów przynosi więc efekty bumerangowe -sprzeczne z intencją cenzora. Pozostaje to jednak prawdą jedynie dla sytuacji, w których odbiorcy wiedzą, jakie jest stanowisko ocenzonej części przekazu oraz wiedzą, iż przekaz został ocenzone. Wszelkie reżimy totalitarne dobrze sobie z tego zdają sprawę, starając się, aby cenzura była niejawna, np. niezaznaczana w tekście (jak to miało miejsce w Polsce lat 80., kiedy ingerencje cenzora były zaznaczone jedynie w bardzo nielicznych przypadkach, choć prawo nakazywało zaznaczanie wszystkich ingerencji).

6.3. TRWAŁOŚĆ ZMIANY POSTAW

Większość omawianych dotąd badań nad zmianą postaw dotyczyła przypadków bardzo krótkotrwałego oddziaływania na człowieka, które pomimo znikomego czasu trwania prowadziło do istotnych zmian postaw. Badania te sprawiają wrażenie, że postawy bardzo łatwo ulegają zmianie, co trudno pogodzić zarówno z ich definicją jako trwałego ustosunkowania do obiektu, jak i z potoczną obserwacją. Jak pogodzić te sprzeczności?

Po pierwsze, uzyskiwane w eksperymentach zmiany postaw są z reguły niewielkimi (choć przekraczającymi poziom wahań przypadkowych) zmianami natężenia, nie zaś radykalnymi zmianami znaku postawy. Po drugie, najczęściej dotyczą one spraw o stosunkowo niewielkiej wadze dla osób badanych. Jak już wskazywaliśmy, postawy ważne dla człowieka wykazują silny opór na zmianę, ponieważ są powiązane z koncepcją własnej osoby i wyznawanymi wartościami (Boninger, Krosnick, Berent, 1995). Zmiana postawy jest tym trwalsza, im bardziej zastosowana manipulacja angażuje nie tylko procesy przetwarzania informacji, ale pozwala na behawioralne wypróbowanie nowej postawy. Najbardziej skuteczne jest wypróbowanie już zmienionej postawy we własnym działaniu odbiorcy, choć

nawet obserwacja cudzych zachowań czy tylko wyobrażanie sobie własnych zachowań prowadzą do trwałych zmian postaw. Np. odgrywanie roli inwalidy na wózku prowadzi do zmian postaw wobec inwalidów, które są widoczne jeszcze po 18 miesiącach, a podobny wpływ na postawę wobec palenia papierosów wywiera odgrywanie roli osoby cierpiącej na raka i umierającej z tego powodu. Analogiczne efekty stwierdzono przy leczeniu fobii i nieśmiałości (por. Cook, Fly, 1978)

Nawet jeżeli zabiegi mające na celu zmianę postaw odwołują się jedynie do przetwarzania informacji, to perswazja odbywająca się torem centralnym wywołuje trwalsze zmiany od perswazji odbywającej się torem peryferyjnym. Dowodzi tego m.in. eksperyment Chaiken (1980), która wykazała, że zmiana postaw wywołana w warunkach ważnych konsekwencji obiektu dla odbiorcy (tor centralny) w większym stopniu utrzymywała się jeszcze w 10 dni później, niż zmiana wywołana w warunkach konsekwencji mało ważnych (tor peryferyjny). Ogólna zasada jest więc taka, że choć w przypadku centralnego toru perswazji trudniej uzyskać zmianę postawy, to jeżeli zmiana taka dojdzie jednak do skutku, jest ona trwalsza niż w przypadku perswazji toczącej się torem peryferyjnym.

Oczekiwanie trwałości zmiany postaw opiera się na milczącym założeniu, że warunki, w jakich odbiorca się znajdzie już po poddaniu go perswazji, nie przeciwdziałają zmianie postaw wywołanej tą perswazją. Założenie to oczywiście nie zawsze jest prawdziwe, bowiem nie uwzględnia ono możliwości oddziaływań kontrpropagandowych, które są raczej regułą niż wyjątkiem w przypadku ważnych kwestii społecznych. Bazując na wczesnych wynikach badaczy z Yale, iż argumentacja dwustronna bardziej niż jednostronna uodparnia na kontrpropagandę, McGuire stworzył koncepcję uodporniania zmienionej postawy na kontrpropagandę przez inokulację. Uodpornianie przez inokulację jest pomysłem zaczerpniętym z medycyny: inokulacja, czyli szczepienie, polega na celowym wywoływaniu choroby o słabym natężeniu, dzięki czemu organizm uczy się wytwarzać przeciwciała zwalczające dany rodzaj bakterii, która to umiejętność ułatwia późniejsze zwalczanie poważnej już infekcji. McGuire założył, że odbiorcę przekazu można w podobny sposób uodpornić na późniejszą kontrpropagandę, jeżeli początkowe zabiegi perswazyjne umożliwią mu nauczanie się samodzielnego zwalczania kontrargumentów. Badania McGuire'a doty-

Tabela 6.2. Skuteczność różnych technik uodporniania na kontrpropagandę: siła wiary w „truizm kulturowy” w różnych warunkach eksperymentalnych (maksymalna wiara: 15,0)

Warunki eksperymentalne	Wiara w truizm
warunki kontrolne (brak uodporniania, brak kontrpropagandy)	12,62
brak uodpornienia, kontrpropaganda uodpornienie przez	6,64
wsparcie, kontrpropaganda uodpornienie przez inokulację,	7,39
kontrpropaganda	10,33

Źródło: McGuire, Papageorgis (1961).

czyły tzw. truizmów kulturowych - oczywistych prawd tak powszechnie wyznawanych, że nie są one nigdy atakowane (np. że codziennie należy myć zęby), co właśnie może stanowić o ich bezbronności wobec kontrpropagandy.

Tabela 6.2 ilustruje wyniki jednego z takich badań, w których stosowano dwa rodzaje uodpornienia truizmu: przez jego poparcie (przed otrzymaniem kontrpropagandy atakującej mycie zębów badany otrzymywał argumenty popierające mycie zębów), albo przez inokulację (przed kontrpropagandą badany otrzymywał złagodzoną próbkę zawartych w niej argumentów, dzięki czemu uczył się samodzielnie je zwalczać). Jak wskazuje tabela oba rodzaje uodporniania okazały się skuteczne, choć inokulacja była znacznie skuteczniejsza. Sporo późniejszych badań potwierdziło te wyniki (Eagly, Chaiken, 1993), choć nie wyjaśniły one mechanizmów, na mocy których inokulacja działa. Mechanizmy te pozostają niejasne, choć sama metafora szczepienia na kontrpropagandę zdaje się być przekonująca.

Kończąc rozważania nad trwałością zmiany postaw warto zauważyć, że czas trwania zmiany i jej realność czy ważność są od siebie logicznie niezależne. Coś może trwać krótko, a niemniej może być dotkliwie realne - np. trzęsienie ziemi czy chwilowy wzrost popularności polityka, jeżeli ten wzrost zdarzy się tuż przed wyborami. Wszystko wskazuje na to, że choć psychologowie nie wywołują żadnego „trzęsienia postaw” w swoich eksperymentach, to jednak wywoływane przez nich zmiany postaw są na tyle realne, że dostarczają wglądu w rzeczywiste funkcjonowanie i zmianę ludzkich poglądów.

6.4. PODSUMOWANIE

Najważniejsze cechy nadsilające wywoływane przezeń zmiany postaw to jego kompetencja, czystość intencji, atrakcyjność i podobieństwo do odbiorcy. Cechy te nasilają skuteczność perswazji głównie wtedy, kiedy osoba nadawcy jest uwypuklona (widzimy go „na żywo” lub w telewizji) i przede wszystkim wówczas, gdy perswazja toczy się torem peryferyjnym. W torze peryferyjnym odbiorca nie przetwarza w sposób racjonalny i systematyczny otrzymanych argumentów, lecz ulega przekazowi lub nie w zależności od tego, czy w bieżącej sytuacji występują sygnały ulegania, czy też opierania się przekazowi. Siła argumentów zawartych w przekazie odgrywa natomiast kluczową rolę, kiedy perswazja toczy się torem centralnym -gdy odbiorca jest zarówno motywowany, jak i zdolny do rzeczywistego przetwarzania zawartych w przekazie treści. Ważną rolę odgrywają także inne aspekty treści przekazu: liczba argumentów i ich powtórzeń, jednostronność-dwustronność argumentacji oraz stopień, w jakim przekaz wzbudza u jego odbiorców emocje. Wpływ każdego z tych aspektów treści przekazu na wielkość wywołanej przezeń zmiany postaw zależy od działania wielu dodatkowych czynników. Np. argumentacja dwustronna jest bardziej skuteczna w odniesieniu do odbiorców, którzy już zdają sobie

sprawę z tego, że stanowisko oferowane w przekazie nie jest jedynym możliwym do przyjęcia w danej sprawie. Gdy odbiorcy nie zdają sobie z tego sprawy, skuteczniejsza jest argumentacja jednostronna. O skuteczności perswazji decyduje też organizacja treści zawartych w przekazie: kolejność, w jakiej argumenty się pojawiają, liczba nadawców, którzy je podają i to, czy przekazują je w postaci orzekającej, czy też w postaci pytań retorycznych. Najskuteczniejszym środkiem przekazu jest bezpośredni kontakt nadawcy przekazu z jego odbiorcą. Gdy przekaz zawiera proste treści, telewizja jest skuteczniejszym medium od radia, a radio jest skuteczniejsze od słowa pisanego. Jednak przy komunikatach trudnych, najskuteczniejszym medium jest słowo pisane. Cechy i stany odbiorcy, odgrywające kluczową rolę w skuteczności perswazji, to: początkowa postawa odbiorcy w sprawie, której perswazja dotyczy (ważność i natężenie postawy oraz jej rozbieżność ze stanowiskiem oferowanym w przekazie), poziom zaangażowania w tę sprawę oraz nastrój przeżywany przez odbiorcę w momencie perswazji. Podobnie jak to jest z innymi wyznacznikami skuteczności perswazji, wpływ tych cech/stanów odbiorcy na zmianę postaw jest silnie uzależniony od działania innych czynników. Teorią, która w precyzyjny sposób pozwala uwzględnić współdziałanie największej liczby wyznaczników zmiany postaw, jest teoria dwutorowości perswazji.

KONCEPCJA 6 Teoria reaktancji

Stworzona przez Jacka Brehma teoria reaktancji, czyli oporu psychicznego składa się z trzech ogólnych twierdzeń (Brehm, 1966; Brehm, Brehm, 1981).

- 1) Odebranie człowiekowi swobody wyboru działania, myślenia lub odczuwania lub samo zagrożenie takim odebraniem powoduje stan reaktancji (oporu psychicznego), czyli nieprzyjemnego napięcia emocjonalnego.
- 2) Reaktancja jest tym większa, (a) im ważniejsza jest zablokowana możliwość działania, (b) im większa jest liczba zablokowanych możliwości, (c) im większe jest zagrożenie swobody działania, (d) im bardziej nieoczekiwane lub niedawne jest zagrożenie swobody wyboru,
- 3) Konsekwencją reaktancji jest: (a) motywacja do działań odbudowujących zagrożoną swobodę wyboru, (b) wzrost atrakcyjności zagrożonej możliwości działania, myślenia czy odczuwania, (c) niechęć lub agresja w sto-

sunku do osoby ograniczającej swobodę wyboru.

Ponieważ twierdzenia koncepcji są bardzo ogólne, można za ich pomocą wyjaśniać wiele zjawisk, także z zakresu perswazji i wpływu społecznego. Reaktancja jest jednym z wyjaśnień oporności na perswazję - jeżeli nadawca stosuje silny nacisk, jego zabiegi mogą zostać odebrane przez odbiorcę jako próba pozbawienia go swobody wyboru i wywołać bumerangowe (odwrotne do zamierzonych) zmiany postaw. W jednym z badań studenci otrzymywali przekaz nawołujący do abstynencji w sposób albo silny (szkodliwość alkoholu „nie ulega żadnej wątpliwości”, a „każdy rozsądny człowiek musi się zgodzić z tymi wnioskami”), albo umiarkowany (na szkodliwość alkoholu „wskazują przekonujące dane” i „warto spokojnie rozważyć te wnioski”). Zgodnie z twierdzeniem 3(a), studenci otrzymujący przekaz silny, deklarowali zamiar wypicia większej ilości alkoholu w ciągu najbliższych dni, a ci którzy już przed badaniem mieli dużą skłonność do alkoholu wypijali faktycznie

więcej piwa po wysłuchaniu silnego przekazu (Bensley, Wu, 1991). W innym badaniu zaobserwowano, że kierowcom powracającym na parking więcej czasu zajmuje zwolnienie miejsca, gdy już na nie czeka inny kierowca, a czas opuszczania miejsca jeszcze rośnie, gdy czekający kierowca trąbi (Ruback, Juieng, 1997). Tak więc, gdy przekonujemy człowieka, że „musi” coś zrobić, często postąpi odwrotnie, by zaznaczyć swą niezależność i odzyskać zagrożoną swobodę wyboru. Ludzie różnią się skłonnością do reagowania reaktancją, co mierzy specjalny kwestionariusz (zawierający twierdzenia w rodzaju: „Kiedy mówi mi się, co mam zrobić, często robię coś przeciwnego” - Dowd, Milne, Wise, 1991). Osoby o wysokich wynikach na skali reaktancji mają skłonność do zachowań typu „na złość mamie odmrozę uszy” - np. sprzeciwiają się zaleceniom terapeuty czy lekarza.

Podstawowe pojęcia

- centralny tor perswazji
- dwuczynnikowy model perswazji
- dystraktor
- efekt bumerangowy
- efekt pierwszeństwa
- efekt przesypiania
- efekt Romea i Julii
- efekt świeżości
- heurystyki uległości

Literatura zalecana

Aronson E. (2000). *Człowiek istota społeczna* (przekł. J. Radzicki) (wyd. 2). Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.

- inokulacja

Już biblijna przypowieść o wygnaniu z raju przekonuje o urokach zakazanego owocu. Klasycznym potwierdzeniem twierdzenia 3(b) jest efekt Romea i Julii - wzrost wzajemnej namiętności młodych kochanków pod wpływem sprzeciwu ich rodziców. W grupie par „chodzących ze sobą” nastolatków zmierzono dwukrotnie w odstępie 6-10 miesięcy uczucia, którymi się obdarzali. Im silniejszy był opór rodziców przeciwko związkowi młodych, tym bardziej się kochali. Co więcej, w drugim pomiarze okazało się, że im bardziej wzrósł opór rodziców, tym bardziej wzrosła miłość młodych, choć spadła u tych nastolatków, których rodzice „odpuścili” i nie przeciwstawiali się ich związkowi (Driscoll, Davis, Lipetz, 1972). Niedostępność jakiejś możliwości powoduje wzrost jej atrakcyjności, czego dowodzą także badania nad efektami cenzury (por. ZŻYCIA 6,b), a zależność ta jest często wykorzystywana w różnych zabiegach marketingowych (por. rozdz. 7.2.5).

reakcje poznawcze
perswazja
peryferyjny tor perswazji
procesualny model perswazji
reaktancja
siła argumentacji
technika listowania myśli
teoria dwutorowości perswazji
wiarygodność nadawcy
zaangażowanie odbiorcy

WPLYW SPOŁECZNY

Wpływ społeczny to proces, w wyniku którego dochodzi do zmiany zachowania, opinii lub uczuć człowieka wskutek tego, co robią, myślą lub czują inni ludzie. W myśl tej definicji, warunkiem wpływu nie jest ani uświadomienie sobie przez jednostkę zachodzących w niej zmian (wiele z nich odbywa się poza progiem świadomości), ani intencjonalność oddziaływań innych (wiele oddziaływań ma charakter niezamierzony przez sprawcę). Wzajemne wywieranie na siebie wpływu przez jednostki, grupy i organizacje społeczne jest istotą życia społecznego. To dzięki wzajemnym wpływom ludzie mogą skłaniać innych do pożądanego postępowania (nie pójdziemy ani na mecz, ani do opery, lecz do kina), uzgadniać znaczenie obserwowanych zjawisk (czy on naprawdę mnie kocha, czy tylko miał chrypkę?), a także ustalać wspólne cele i realizować zamierzenia, których nigdy nie osiągnęliby w pojedynkę.

7.1. PRZEJAWY WPLYWU SPOŁECZNEGO

Trzy najbardziej wyraziste przypadki wpływu społecznego to naśladownictwo - czyli kopiowanie cudzych zachowań we własnym działaniu, konformizm - uleganie rzeczywistości, czy tylko wyobrażonemu naciskowi ze strony innych ludzi stanowiących większość w danej sytuacji oraz posłuszeństwo wobec autorytetu - podporządkowywanie się poleceniom bądź sugestiom ludzi mających władzę czy autorytet.

7.1.1. Naśladownictwo

Kiedy ziewnie jedna osoba, zwykle nie pozostaje ona jedyną ziewającą w danym pomieszczeniu (co sam mogę zaświadczyć jako wieloletni wykładowca). Kiedy matka karmi dziecko łyżeczką otwierają się usta nie tylko dziecka, ale i matki. A nawet, kiedy jakaś sławna osoba popełni samobójstwo, wkrótce potem wyraźnie rośnie liczba innych samobójców (por. *ZŻYCIA 7.a*).

Wszystko to są dobrze znane przypadki naśladownictwa, które ma zarówno

watorów, a podobnie oddziałuje oglądanie filmów o agresywnej treści (por. rozdz. 10). Z drugiej strony, np. przedszkolaki cierpiące na nieśmiałość, same częściej nawiązują kontakty z rówieśnikami i bawią się z nimi, jeżeli mają okazję obejrzeć film pokazujący zachowania i własny do nich komentarz innego przedszkolaka, któremu udało się przezwyciężyć lęki społeczne (Jakibchuk, Smeriglio, 1976). Ten dobroczynny efekt obserwacji sprawnego „modela” utrzymuje się jeszcze w trzy tygodnie po eksperymencie. Obserwowanie modeli sprawnie sobie radzących z odpowiednimi problemami wywiera podobnie pozytywny wpływ na zachowanie i uczucia osób cierpiących na lęki (np. przed kontaktami seksualnymi), fobie (np. przed węzami czy psami) i wiele innych zaburzeń zachowania (Bandura, 1969; 1986). Zjawisko to, zwane modelowaniem, wyjaśnia teoria społecznego uczenia się przedstawiana w tym rozdziale.

Teoria społecznego uczenia się zakłada, że modelowanie jest mechanizmem świadomej zmiany własnego zachowania pod wpływem obserwacji cudzego zachowania i jego skutków. Jednakże naśladownictwo przebiega w dużym stopniu na podstawie prostego, automatycznego procesu przejmowania cudzych reakcji behawioralnych. Np. badani rozwiązujący jakieś zadanie wspólnie z osobą, która pociera twarz, albo podryguje nogą, sami zaczynają wykonywać te ruchy (Chartrand, Bargh, 1999), zaś badani słuchający filozoficznego tekstu odczytanego przez inną osobę w smutny lub radosny sposób, sami zaczynają wypowiadać się w sposób smutny lub radosny i popadać w gorszy lub lepszy nastrój (Neumann, Strack, 2000). Zarażanie się cudzymi reakcjami behawioralnymi lub emocjonalnymi odbywa się przy tym bez żadnej intencji, a nawet świadomości jego występowania, choć ma ważne konsekwencje. Osoba, która wykonuje podobne ruchy jest bardziej lubiana, a kontakt z nią uważany jest za przyjemniejszy, choć nie robi ona niczego takiego, co zewnętrzny (nienaśladowany) obserwator uważałby za sympatyczniejsze. Chartrand i Bargh nazywają więc naśladownictwo swoistym „klejem społecznym” ułatwiającym empatyczne porozumienie z innymi, a nawet powstawanie sympatii.

złe, jak i dobre strony. Obserwowanie osób zachowujących się agresywnie nasila przynajmniej na krótką metę agresję we własnym zachowaniu obser-

7.1.2. Konformizm

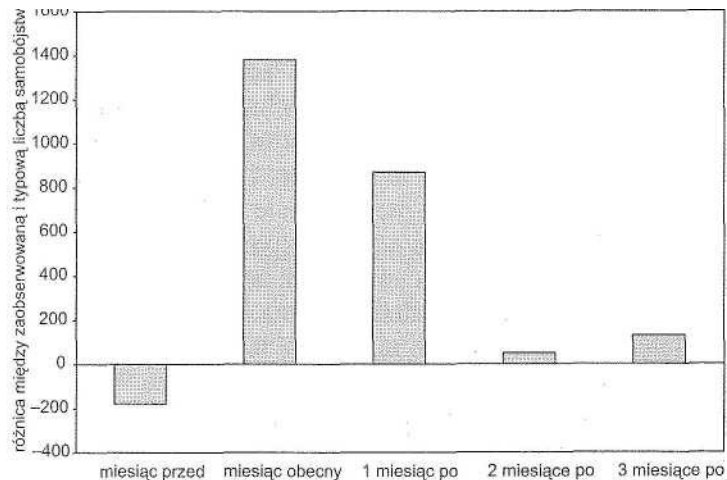
Solomon Asch (1951; 1956) pokazywał swoim badanym dwie plansze: na pierwszej znajdowała się jedna linia, nazwijmy ją X, na drugiej znajdowały się trzy linie o różnej długości, A, B i C. Linia B była tej samej długości co X, podczas gdy pozostałe były wyraźnie dłuższe lub krótsze od X. Zadaniem badanych było wskazanie, która linia spośród A, B i C jest tej samej długości co X. Oczywiście, żaden z badanych nie mylił się i wskazywał linię B. Kiedy wśród kilku prawdziwych badanych umieszczono jednego pozoranta, czasami dającego umyślnie złą odpowiedź, jego błąd spotykał się z niedowierzaniem, a potem znaczącymi uśmieszkami i gestami prawdziwych

ZŻYCIA 7.a

Zarażliwość samobójstw

Kiedy wielki romantyk Johann von Goethe opublikował swoje *Cierpienia młodego Wertera*, miarą sukcesu tej książki była nie tylko fala natychmiastowego uznania dla jej autora, ale również fala... samobójstw młodych czytelników, idących w ślady tytułowego bohatera. Zjawisko to przybrało takie rozmiary, że władze niektórych krajów zakazały rozpowszechniania książki. I miały rację. Następstwem większości samobójstw sławnych ludzi jest bowiem wzrost liczby samobójstw w ciągu dwóch miesięcy następujących po opublikowaniu i komentowaniu „sławnego” samobójstwa w prasie i telewizji, jak to pokazuje rysunek 7.1. Uwaga poświęcana samobójstwu w mass mediach ma przy tym kluczowe znaczenie - fala naśladowczych samobójstw jest największa w tych regionach geograficznych, gdzie oryginalne samobójstwo jest najsilniej nagłaśniane, a także rośnie wraz z liczbą dni, przez które sławne samobójstwo jest opisywane (Phillips, 1986). Rekordzistką okazała się tu Marilyn Monroe, której samobójstwo komentowane było najdłużej i przyniosło w ciągu pierwszego miesiąca wzrost liczby samobójstw o 198 przypadków w stosunku do zwykle obserwowanej.

Rysunek 7.1. Efekt Wertera, czyli zarażliwość samobójstw: łączna nadwyżka samobójstw zaobserwowanych w USA po 33 samobójstwach sławnych ludzi (w stosunku do typowej liczby samobójstw oznaczonej na rysunku jako 0)



Źródło: Phillips (1986).

Po dwóch miesiącach liczba samobójstw wraca do statystycznej normy, niemniej każde sławne samobójstwo zbiera żniwo w postaci (średnio) kilkudziesięciu dodatkowych śmierci. W rzeczywistości żniwo to jest jeszcze tragiczniejsze, ponieważ sławne samobójstwa powodują także wzrost liczby śmiertelnych wypadków drogowych, które są ukrytymi samobójstwami,

„Efekt Wertera” występuje dzięki temu, że sławne samobójstwo powoduje wzrost psychicznej dostępności samobójstwa jako sposobu na rozwiązanie problemów, jakie gnębią naśladowców. Dowodzi tego podobieństwo naśladowców do „oryginalnego” samobójcy pod względem płci i wieku (społeczny dowód słuszności). Kiedy sławny samobójca jest młodym mężczyzną, w okresie następującym bezpośrednio potem zwiększa się liczba młodych samobójców płci męskiej; kiedy jest to kobieta w średnim wieku, wśród „następczych” samobójstw zwiększa się liczba kobiet w wieku średnim.

badanych, którzy nadal trwali przy swoim słusznym poglądzie i wskazywali linię B. Zgoda inaczej sprawy się miały, kiedy wśród kilku pozorantów został umieszczony tylko jeden prawdziwy badany, odpowiadający zawsze jako przedostatni z kolei. Wówczas ewidentnie błędna reakcja innych powodowała, że badany zaczynał przecierać oczy, rozglądać się niepewnie po innych, niespokojnie się wiercić i... dawać tę samą błędną odpowiedź co inni. Prezentację różnych plansz powtarzano wielokrotnie i konformistyczne uleganie większości stwierdzono w 32% krytycznych prób (tych, w których pozoranci dawali celowo złą odpowiedź). Choć nie wszyscy badani ulegali, trzech na czterech ulegało przynajmniej raz, a jeden na czterech - częściej niż w połowie krytycznych prób.

Dlaczego ludzie ulegają naciskowi cudzych sądów, nawet wbrew oczywistemu świadectwu własnych zmysłów? Siła jednomyślnej większości bierze się z dwóch źródeł, zwanych wpływem normatywnym i wpływem informacyjnym (Deutsch, Gerard, 1955). Wpływ normatywny polega na uleganiu jednostki temu, co uważa ona za normę społeczną, a w szczególności za normę wyznawaną przez grupę odniesienia, tj. grupę, na której człowiekowi zależy, z którą się utożsamia, o której mówi „my”. Wiele norm grupowych ma ukryty, niewypowiedziany jasno charakter i jednomyślne zachowanie innych jest dla jednostki ważnym wskaźnikiem istnienia i treści norm. Jednostki łamiące normę narażają się na odrzucenie społeczne - śmieszność, potępienie, złą opinię, agresję czy wykluczenie z grupy. Upodobnienie własnego zachowania do tego, co robią inni, pozwala oczywiście uniknąć wszystkich tych nieprzyjemności i to właśnie unikanie motywuje nas do zewnętrznego konformizmu - upodabniania się do innych pomimo odmienności własnego, lecz niewyjawianego, zdania. Jednak nikt nie lubi myśleć o sobie jako o uległym przedmiotcie cudzych oddziaływań i dlatego konformizm zewnętrzny łatwo przeradza się w konformizm wewnętrzny - kiedy to podporządkowujemy swoje zachowanie naciskowi innych, ponieważ uważamy, że mają rację. To właśnie przekonanie, że inni mają rację, jest podstawą informacyjnego wpływu większości, drugiego mechanizmu prowadzącego do konformizmu. Tak więc wpływ informacyjny opiera się na dążeniu człowieka do tego, by mieć słuszność, podczas gdy wpływ normatywny na dążeniu do tego, by być lubianym i akceptowanym przez innych.

W opisanym eksperymencie Ascha z liniami, informacyjny wpływ grupy był sprzeczny z oczywistymi faktami, a zatem badanie to zdaje się świadczyć o sile raczej normatywnego wpływu grupy na konformizm. Do takiego wniosku skłania też znaczny spadek konformizmu wskutek anonimowości, kiedy wywierająca presję grupa nie wie, jaką reakcję wykonuje dana jednostka (Deutsch, Gerard, 1955), a także wskutek małej atrakcyjności grupy dla jednostki poddanej jej naciskowi (Dittes,

Kelley, 1956). Czynnikiem osłabiającym konformizm jest też rozbicie jednomyślności -

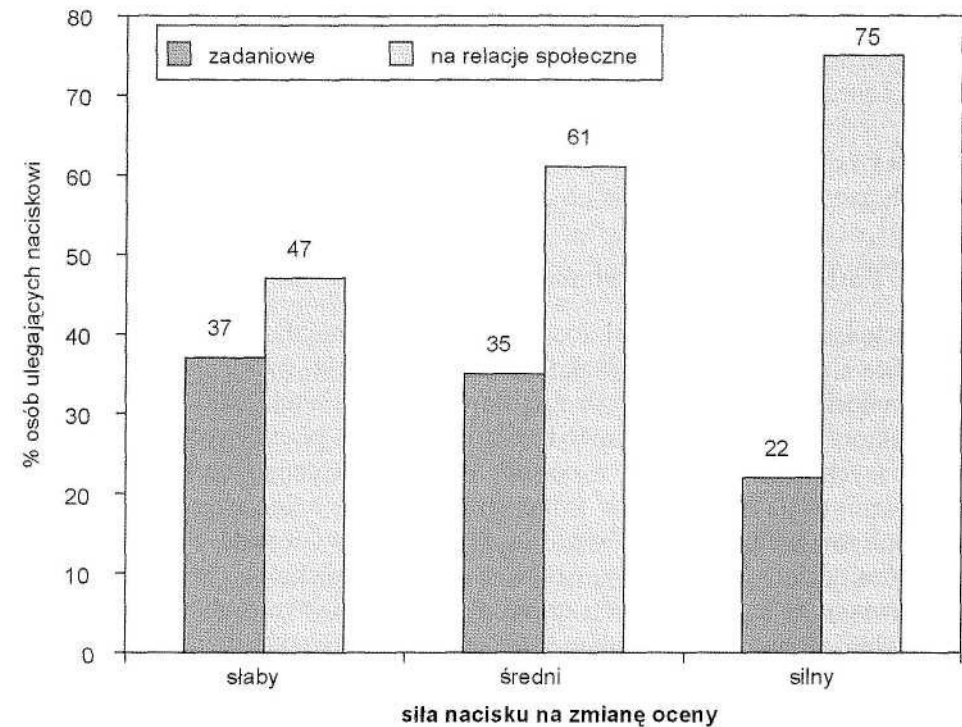
n o s c i grupy. Pojawienie się sprzymierzeńca osłabia konformizm nawet wtedy, kiedy jest on zupełnie niekompetentny (np. nosi tak grube okulary, że prawie nie widzi obiektów, o których ma wydawać sądy), a także wtedy, kiedy jego sądy są jeszcze bardziej błędne od opinii pozostałych członków grupy (Allen, Levine, 1971). Ponieważ taki sprzymierzeniec nie bardzo może stanowić wsparcie informacyjne, dane te sugerują, że pojawienie się sprzymierzeńca działa głównie na zasadzie osłabienia normatywnego wpływu grupy. Pojawienie się innego „odmieńca” sprawia, że zakwestionowana zostaje powszechność normy, a reprimenda ze strony grupy zostaje rozłożona już na dwie osoby itd.

Podatność na normatywny wpływ grupy jest więc uzależniona od tego, jak dalece zależy nam na utrzymaniu dobrych z nią stosunków. Niezłą tego ilustracją jest badanie, w którym ludzie dokonywali dość złożonych sądów na temat pewnych bodźców fizycznych. Kiedy każdy z badanych już wygłosił swój sąd, dowiadywał się, że inni uczestnicy grupy są odmiennego m. z on zdania i w dodatku domagają się od niego, aby zdanie swoje zmienił i dołączył do grupy. Komunikaty od innych uczestników zawierały słaby, średni lub silny nacisk na zmianę poglądów. Drugą zmienną manipulowaną w tym badaniu był wzbudzany w badanych cel działań - jedni, nastawieni zadaniowo mieli dbać przede wszystkim o trafność wydawanych sądów, inni, nastawieni na grupę, mieli dbać przede wszystkim o dobre stosunki między różnymi członkami grupy. Jak pokazuje rys. 7.2, im silniejszy był nacisk na zmianę poglądów, tym większy procent osób nastawionych na relacje wewnątrzgrupowe ulegał temu naciskowi. Jednak odwrotnie było w przypadku osób nastawionych zadaniowo: nie tylko rzadziej presji ulegali, ale uległość ta jeszcze słabła wraz ze wzrostem siły presji (zgodnie z teorią oporu psychicznego, czyli reaktancji, przedstawioną w rozdz. 6).

Oddziaływanie innych czynników na wielkość konformizmu można wyjaśniać głównie w kategoriach wpływu informacyjnego. Np. uleganie opinii większości rośnie wraz z niejasnością zadania, a więc im bardziej dwuznaczna jest właściwa odpowiedź (Deutsch, Gerard, 1955). Uleganie rośnie także wraz ze spadkiem zarówno ogólnej samooceny, jak i wraz ze wzrostem naszego przekonania, że słabo się znamy na sprawie i której sądy dotyczą (Endler, Wiesenhal, Geller, 1972). W tych kategoriach można też wyjaśnić fakt, że kobiety bardziej niż mężczyźni zmieniają swoje poglądy pod wpływem nacisku, jeżeli poglądy te dotyczą „męskich” zagadnień (np. identyfikacja różnych narzędzi), choć mężczyźni okazują się bardziej konformistyczni w sprawach typowo kobiecych (np. identyfikacja różnic między odmiennymi typami haftów). Kiedy zagadnienie jest „płciowo neutralne” (np. rozpoznawanie sławnych ludzi), mężczyźni i kobiety nie różnią się poziomem konformizmu (Sistrunk, McDavid, 1971).

Wielkość grupy wpływa na konformizm w sposób krzywoliniowy: początkowy wzrost liczby członków grupy składających się na większość

Rysunek 7.2. Odsetek osób ulegających naciskowi grupy w zależności od siły nacisku i nastawienia na poprawne wykonanie zadania, bądź też na utrzymanie dobrych stosunków wewnątrz grupy



Źródło: Thibaut, Strickland (1956).

nasila uleganie tej większości, jednak od 4-5 członków poziom uległości stabilizuje się, bądź nawet maleje (Asch, 1956; Gerard, Willhelmy, Conolley, 1968). Przyczyną, dla której wzrost liczby członków grupy przestaje od pewnego momentu nasilać konformizm, jest spostrzeganie opinii różnych członków tej samej grupy, jako w istocie jednej tylko opinii, która przy dużej liczbie jednomyślnych osób może być spostrzegana jako wynik „owczego pędu”, co rzecz jasna osłabia informacyjny wpływ grupy (w myśl powiedzenia „gdzie wszyscy myślą tak samo, nikt nie myśli zbyt wiele”). Stąd też opinie np. czterech osób spowodują większe uleganie, jeżeli widzimy je jako opinie dwóch niezależnych grup, aniżeli wtedy, kiedy spostrzegamy je jako opinie czterech członków tej samej grupy (Wilder, 1977).

Początkowe badania nad konformizmem skupiały się nad kwestią czy istnieją konformiści, a więc osoby ogólnie bardziej ulegające grupie niż inni. Choć w wielu badaniach udało się stwierdzić, że pewne cechy (jak niska samoocena czy niska inteligencja) sprzyjają niekiedy konformizmowi, wyniki takie zwykle nie były powtarzane w innych badaniach. Co najważniejsze jednak, uleganie presji w jednej sytuacji jedynie słabo jest powiązane z ule-

ganiem naciskom przez tego samego człowieka w innych sytuacjach (McGuire, 1968). Jeżeli konformizm miałby być cechą osobowości (bądź też miałby być rezultatem innych stałych cech), należałoby tu oczywiście oczekiwać większej stałości - że niektórzy (prawie) zawsze ulegają, podczas gdy inni (prawie) zawsze pozostają nieugięci. Jednak w istocie nie ma to miejsca - natężenie konformizmu bardziej zależy od czynników sytuacyjnych (charakter presji i okoliczności, w jakich jest wywierana), niż od cech osobowości osób poddanych presji.

7.1.3. Posłuszeństwo autorytetom

Życie każdego z nas wypełnione jest uleganiem niezliczonym autorytetom. Rodzice i dziadkowie, przedszkolanki i nauczyciele, pielęgniarki i lekarze. Potem dochodzą jeszcze kaprale i pułkownicy, policjanci i strażnicy, szefowie i dyrektorzy - zdaje się nie mieć końca ciąg owych przeróżnych autorytetów mówiących nam co dobre, a co złe, co robić, a czego unikać. Jesteśmy posłuszni większości z nich i nie sposób, żeby było inaczej w naszym skomplikowanym społeczeństwie - wystarczy wyobrazić sobie rodzinę, w której dzieci nie słuchają rodziców, albo wojsko, w którym kaprale odmawiają posłuszeństwa porucznikom. Posłuszeństwo wobec autorytetów zapewnia utrzymanie porządku społecznego, sprawność działania różnych grup i instytucji. Jest też postępowaniem rozsądnym, ponieważ autorytety zwykle lepiej znają się na rzeczy, oraz wygodnym, ponieważ posłuszeństwo autorytetom zwalnia nas z podejmowania licznych decyzji, których podjąć nie chcemy lub nie potrafimy, a także zwalnia nas z odpowiedzialności za realizację owych nie swoich decyzji.

Owo ogólnie dobroczynne posłuszeństwo autorytetom, miewa jednak tragiczne następstwa. Dwa systemy społeczne XX wieku, faszyzm i komunizm, opierały się na ślepych posłuszeństwie wobec autorytetu, i każdy z nich doprowadził bardzo szybko do śmierci dziesiątków milionów ludzi. Jednak zabójcy nie poczuli się do winy - ponieważ wypełniali jedynie polecenia przełożonych. Supermorderca Adolf Eichmann, organizator kaźni 6 milionów Żydów (a także Cyganów, Polaków i wielu innych) przyznawał się na swoim procesie do czystego sumienia - wypełniał jedynie rozkazy swojego wodza i prawo swojego kraju. Podobnie czyste sumienia mieli faszystowscy generałowie karzący wyrzynać dzieci i kobiety - również spełniali jedynie rozkazy przełożonych. Wszyscy oni mówili tak nie tylko po to, by uniknąć kary (większość zresztą nigdy nie została osądzona); mordercy rzeczywiście nie poczuli się do żadnej winy (Arendt, 1963).

Usiłując zbadać mechanizmy zbrodniczego ulegania autorytetom, amerykański psycholog Stanley Milgram (1974) skonstruował laboratoryjną sytuację, w której badani mieli rzekomo uczyć innych ludzi skojarzeń między

różnymi słowami. Zadaniem ucznia było wyuczenie się par słów (np. „widelec-ulica”), zadaniem nauczyciela było odpytywanie ucznia, np. „widelec?”, uczeń miał odpowiedzieć: „ulica”. Jeżeli odpowiedź była niepoprawna, lub nie było jej wcale, nauczyciel miał obowiązek karać ucznia za pomocą wstrząsów elektrycznych. Służył do tego specjalny aparat z trzydziestoma przyciskami wyskalowanymi co 15 voltów - od 0 do 450V, z napisami od „nieznaczny szok” do „niebezpieczeństwo! ciężki szok!”. Pilnujący „nauczyciela” badacz (w białym kitlu, uniformie autorytetu) nakazywał mu rozpocząć od najsłabszego szoku po pierwszym błędzie „ucznia” i wzmacniać siłę szoku po kolejnych błędach. W miarę wzrostu siły szoków, uczeń zdradzał oczywiście coraz więcej oznak bólu, a przy 300V krzyczał, że ma już dosyć, żeby go wypuścić i że już nie może dalej odpowiadać, przy 330V faktycznie przestawał odpowiedzi udzielać. Gdy zadający ból nauczyciel zaczynał się wahać, badacz powtarzał z naciskiem: „To absolutnie konieczne, aby pan kontynuował”, albo „Nie ma pan innego wyjścia, musimy kontynuować”.

Za pomocą tej procedury Milgram zamierzał badać uległość wobec autorytetów w Niemczech - kraju, gdzie uległość ta dramatycznie się ujawniła w niedawnej przeszłości. Jednak szybko okazało się, że może równie dobrze pozostać w domu, bowiem już w próbnym badaniu na Amerykanach Milgram stwierdził, że aż 65% badanych okazywało całkowitą uległość w stosunku do autorytetu i dochodziło do maksymalnego szoku o natężeniu 450V. Natomiast bez nakazów autorytetu połowa badanych kończyła na 75V, zaś tylko mniej niż 10% wychodziło poza 150V.

W rzeczywistości „uczniowie” w ogóle nie otrzymywali szoków (byli oni pozorantami podstawionymi przez badacza). Jednak cała sytuacja została zaaranżowana tak realistycznie, że „nauczyciele” nie wątpili w to, że zadawali innemu człowiekowi ból. Milgram tak opisuje jednego z badanych: „Dojrzały i początkowo zrównoważony przedsiębiorca wszedł - z pewnością siebie i uśmiechem na ustach - do laboratorium. W ciągu 20 minut obrócony został w trzęsący się i jękający wrak człowieka na skraju załamania nerwowego. Stałe pociąganie się za ucho i nerwowo wykręcał sobie palce. W pewnym momencie przyłożył zaciśniętą pięść do czoła ze słowami «Boże! Niech to się już skończy». A jednak nadal reagował na każde słowo eksperymentatora ulegając mu aż do końca”.

Daleko posuniętą uległość stwierdzono przy różnych odmianach tej metody: 40% badanych ulegało do końca, gdy cierpiący uczeń siedział tuż przy nich, a 30% ulegało nawet wtedy, gdy sami musieli przytrzymać rękę opierającego się ucznia na płytce, z której ten otrzymywał uderzenia prądem. Widok cierpienia ofiary hamował więc uleganie autorytetowi, ale najwyraźniej trudno go uznać za hamulec całkowicie skuteczny. Choć osoby autorytarne (a więc charakteryzujące się ogólnym uwielbieniem w stosunku do autorytetów) okazują się w sytuacji Milgrama bardziej uległe od innych,

stopień ulegania mniej tu zależy od tego, kto poddany jest presji autorytetu niż od tego, w jakiej sytuacji do tej presji dochodzi (Larsen i in., 1972). Cechami sytuacyjnymi nasilającymi uległość są: wielkość autorytetu, stopień nadzorowanie przezeń wypełniania poleceń, brak sygnałów cierpienia ofiary; natomiast uległość spada najbardziej wskutek obserwowania innych, nieuległych osób, a także wtedy, gdy występuje sprzeczność między poleceniami różnych autorytetów lub poddany presji człowiek nie może się wyrzec odpowiedzialności za losy ofiary.

Tytuły i odpowiednie ubranie są dwoma znamionami autorytetu, którym prawdopodobnie najczęściej ulegamy w życiu codziennym. W pewnym badaniu nieznajomy mężczyzna przedstawiał się pełniącej akurat dyżur pielęgniarce jako doktor Smith i polecał podać wskazanemu z nazwiska pacjentowi 20 mg leku astrogen. Mimo że dopuszczalna dzienna dawka leku (wypisana na etykiecie) wynosiła 10 mg, mimo że nikt przedtem nie słyszał w tym szpitalu o tym lekarzu i mimo tego, że regulamin szpitalny wymagał od pielęgniarek spełniania jedynie osobiście przekazanych zleceń, aż 21 spośród 22 badanych posłusznie wzięło lekarstwo i pomaszerowało z nim do pacjenta (Hofling i in., 1966). Tego rodzaju uległość wobec przełożonych zdarza się także np. wśród załóg samolotów pasażerskich, gdzie czasami cała załoga ulega „kapitanozie” - nie odważa się poprawić oczywistego błędu kapitana samolotu. W badaniach nad symulowanymi lotami w warunkach złej pogody i ograniczonej widoczności, aż w 25% załóg nikt nie poprawił oczywistego (i umyślnego) błędu kapitana (Harper, Kidera, Cullen, 1971). Podobnie działa sam uniform autorytetu. W interesującej serii badań Bickmana (1974), młody człowiek ubrany albo „po cywilnemu”, albo w mundur strażnika podchodził do przechodniów na ulicy, mówiąc: „Widzi pan tego człowieka przy parkometrze? Przekroczył już swój czas parkowania, ale nie ma żadnych drobnych. Proszę dać mu monetę!”. Choć polecenie „cywila” spełnił mniej niż co drugi przechodzień, polecenie strażnika spełnili niemalże wszyscy! Podobnie rzecz się miała z innymi poleceniami o niecodziennej treści, w podobny sposób działał również mundur strażaka (Bushman, 1984).

Polecenia przełożonego czy autorytetu działają więc jako automatyczne **w y z w a l a c z e p o s ł u s z e ń s t w a** - ponieważ zwykle im ulegamy, ulegamy im także wtedy, gdy są bezzasadne, błędne czy nawet niebezpieczne. Robimy to często zupełnie bezmyślnie i zapewne dlatego nie doceniamy częstości, z jaką to czynimy. Np. kiedy Bickman poprosił swoich studentów o ocenę, jak często ludzie ulegają niecodziennym prośbom, ci całkiem trafnie oceniali procent ludzi np. dających nieznajomemu monetę na polecenie „cywila” (średnia ocena wynosiła 50%, rzeczywiste uleganie -42%), jednak zdecydowanie nie doceniali ulegania mundurowi (63% kontra rzeczywiste 92%). Uleganie autorytetom niesie zatem nie tylko dobrodziejstwa, ale i niebezpieczeństwa - te ostatnie tym bardziej, że często wystarcza sam pozór autorytetu, co nierzadko wykorzystują oszuści i naciągacze różnej maści.

7.2. MECHANIZMY WYWIERANIA WPLYWU

Wobec tak przemożnych przejawów naśladownictwa, konformizmu i ulegania autorytetom, zasadne staje się oczywiście pytanie, dlaczego ulegamy. Mechanizmów wpływu społecznego jest zapewne bardzo wiele, jednak jak wskazuje Robert Cialdini (2001), większość daje się sprowadzić do kilku podstawowych, jak: (1) zaangażowanie w działanie, (2) pragnienie słuszności, (3) lubienie, (4) reguła wzajemności i (5) niedostępność dóbr.

7.2.1. Zaangażowanie

W pewnym eksperymencie wzbudzano w jego uczestnikach przekonanie, że dobrowolnie i niczym nieprzymuszeni (w każdej chwili mogli wycofać się z eksperymentu) zjedzą nieżywego robaka (Comer, Laird, 1975). Kiedy badani już uwierzyli w tę mało zachęcającą perspektywę i przygotowali się do swego losu (w imię dobra ludzkości i badań nad nietypowymi białkami), poinformowano ich, że zaszła pomyłka i że mogą wybrać rodzaj zadania, w którym będą uczestniczyć: albo będą zjadali robaka, albo wezmą udział w nieszkodliwym badaniu nad spostrzeganiem. Co zdumiewające, trzy czwarte osób badanych wybrało mimo wszystko zjedzenie robaka. Natomiast w grupie kontrolnej, która nie przygotowywała się do kulinarnych ekscesów, wszyscy zachowali się „normalnie” i wybrali udział w badaniu nieszkodliwym. Interesujące światło na przyczyny tego zdumiewającego zachowania rzucają dalsze dane zebrane w tym eksperymencie. Otóż część badanych przekonała siebie samych, że zjadanie robaków nie jest w końcu takie straszne. Inna część zmieniła natomiast widzenie własnej osoby i to na jeden z dwóch sposobów: albo zaczęli spostrzegać siebie jako bohaterów czy męczenników w służbie nauki, albo przekonali samych siebie, że zjadanie zdechłych robaków jest tym, na co właśnie zasługują.

Eksperyment ten ilustruje niezwykle siłę mechanizmu zaangażowania w działania -podjęcie jakiegoś działania, a nawet samo przygotowanie się do niego, inicjuje szereg procesów sprawiających, że działanie wykonujemy czy kontynuujemy pomimo poważnych kosztów, na jakie nas to naraża. Przede wszystkim zaczynamy spostrzegać siebie samych, podjęte działanie i jego skutki w sposób sprzyjający kontynuacji działania. Jak wiele innych zjawisk psychicznych, mechanizm zaangażowania jest uwarunkowany wieloczynnikowo, a najważniejsze wydaje się pięć procesów leżących u jego podłoża.

Pierwszym jest podwyższenie psychicznej dostępności danego sposobu zachowania: samo wyobrażanie sobie jakiegoś sposobu postępowania lub myślenie o nim podwyższa szansę jego realizacji.

Np. Sherman (1980) dzwonił do przypadkowo wybranych osób z pytaniem,

co odpowiedziałyby, gdyby ktoś ich poprosił o trzygodzinne kwestowanie na rzecz Towarzystwa Zwalczenia Raka. Większość odpowiedziała oczywiście, że zgodziłyby się na tę hipotetyczną możliwość. W kilka dni później osoby te godziły się na faktyczny udział w kwestie 7-krotnie częściej niż osoby kontrolne, którym nie zadawano pierwszego pytania. Podobnie, ludzie wyobrażający sobie, że korzystają z telewizji kablowej częściej potem wykupywali subskrypcję na tę telewizję, zaś dochodzący na psychoterapię pacjenci wyobrażający sobie swój udział w czterech następnych sesjach rzadziej przerywali psychoterapię niż ci, którym po prostu powiedziano, aby na te sesje przyszli (Sherman, Anderson, 1987). Tak więc sam wzrost umysłowej dostępności jakiegoś sposobu zachowania nasila szansę jego wykonywania, zgodnie z opisanymi w rozdz. 2.1.2 zasadami funkcjonowania wiedzy.

Drugim procesem warunkującym zaangażowanie jest znane już z teorii dysonansu poznawczego uzasadnianie własnego wysiłku: jeżeli w uzyskanie jakiegoś efektu włożyliśmy wiele wysiłku, bardziej go sobie cenimy, niż to, co przychodzi nam bez wysiłku („łatwo przyszło, łatwo poszło”). Prowadzi to nierzadko do wiary w dużą wartość stanów rzeczy osiągniętych dzięki własnemu działaniu, a które bez naszych wysiłków wydawałyby się zgoła niewarte zachodu. Klasyczną ilustracją tego zjawiska jest eksperyment Aronsona i Millsa (1959), którzy prosili badane dziewczęta o ocenę wysłuchiwaną dyskusji grupowej. Aby jednak dostąpić tego wyróżnienia (dyskusja miała dotyczyć problemów życia seksualnego), niektóre dziewczęta musiały pokonać różne nieprzyjemności (czytanie na głos i w obecności mężczyzny listy sprośnych słów i opisów scen erotycznych), podczas gdy inne ponosiły tu jedynie niewielkie bądź też żadne koszty. Wysłuchiwana przez badane dyskusja grupowa była okropna. Nie dość, że dotyczyła drugorzędnych zachowań seksualnych u niższych zwierząt, to jeszcze jej uczestnicy wypowiadali się w sposób bełkotliwy i rozwlekły ponad wszelkie wyobrażenie. Choć dziewczęta wykonujące mały lub żaden wysiłek spostrzegały grupę jako nudną i głupią, dziewczęta, które włożyły wysiłek duży, uważały ją za dość interesującą. Tak więc świadomość włożenia znaczącego wysiłku w coś, co najwyraźniej nie było go warte, jest nie do zniesienia i prowadzi do pozytywnej oceny stanów rzeczy osiągniętych dzięki własnemu wysiłkowi.

Podobny proces uzasadniania własnego postępowania wyjaśnia, dlaczego różne grupy społeczne spontanicznie wytwarzają obyczaj inicjacji „nowych” (otrząsiny na studiach, fala w wojsku), a także wiele innych zjawisk, np.:

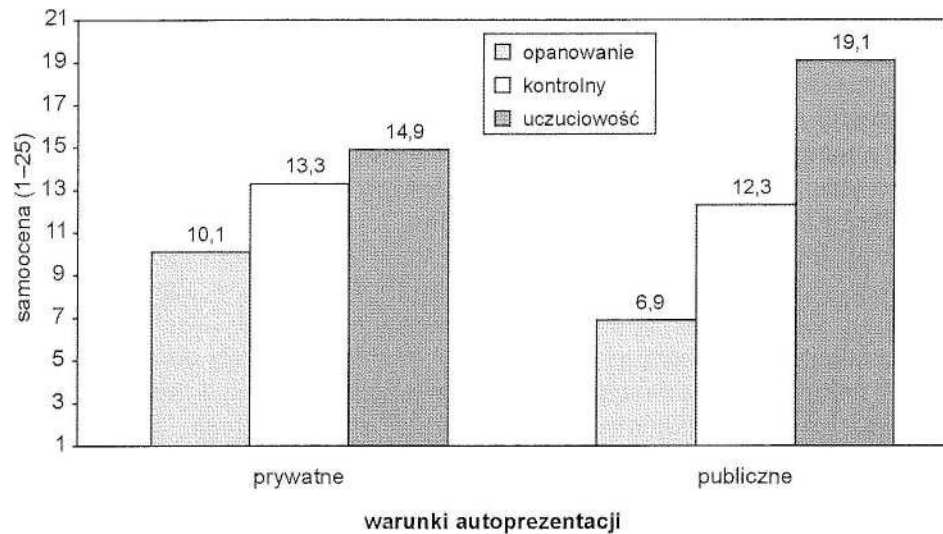
- bardziej lubimy osobę, której sami wyświadcziliśmy przysługę;
- mniej lubimy osobę, której wyświadczaliśmy krzywdę;
- tym bardziej jesteśmy zaangażowani w bliski związek z innym człowiekiem, im więcej włożyliśmy w ten związek wysiłków;
- tym bardziej utożsamiamy się z jakąś grupą lub organizacją, im dłużej w niej przebywamy i wyższą zajmujemy pozycję.

Trzecim procesem odpowiedzialnym za zaangażowanie jest pułapka utopionych kosztów, czyli motywacja do odzyskania dóbr zainwestowanych w dotychczasowe działania. Jeżeli zainwestowaliśmy w dotychczasowe działanie wiele czasu i wysiłków, to najczęściej jedynym sposobem ich odzyskania (uzyskania stosownej za nie opłaty) jest kontynuacja danego działania. Pułapka utopionych kosztów trzyma nas przy podjętym działaniu, nawet gdy naraża ono nas na rosnące straty; jeżeli kupiliśmy drogi bilet do kina, to siedzimy do końca czterogodzinnego filmu, nawet jeżeli jest nudny, choć rozsądniej byłoby wyjść z kina po kwadransie i przynajmniej nie tracić czasu, skoro już straciło się pieniądze. Socjologiczne analizy utopijnych komun czy alternatywnych społeczności przekonują, że przedsięwzięcia te odnosiły większy sukces (trwały dłużej), jeżeli obowiązujące w nich reguły wymagały od uczestników dokonywania niemożliwych do odzyskania inwestycji, np. zapisania całej własności na rzecz komuny, czy notarialnej zgody na brak jakiejkolwiek rekompensaty za dotychczasową pracę w przypadku opuszczenia danej wspólnoty (Kanter, 1968).

Czwartym procesem inicjowanym przez zaangażowanie jest zmiana spostrzegania samego siebie: jeżeli już podjęliśmy jakieś działanie, zaczynamy siebie spostrzegać w sposób sprzyjający kontynuacji tego działania. Zjawisko to przewiduje teoria zarówno dysonansu, jak i autopercepcji, choć nie ogranicza się ono do samych postaw, co pokazuje rysunek 7.3 (strona lewa). Przedstawia on wyniki eksperymentu, w którym osoby badane opisywały, jakie są naprawdę pod względem cechy „opanowanie-uczuciowość”. Zanim jednak do tego doszło, odpowiadały one na szereg pytań na własny temat w taki sposób, aby zadającemu je w ramach ćwiczeń z psychologii studentowi wydać się kimś albo opanowanym, albo uczuciowym, albo wysportowanym. Jak wskazuje rysunek, osoby przedstawiające się jako opanowane bardziej wierzyły, że faktycznie są opanowane, niż osoby z grupy kontrolnej (mówiące o swoim wysportowaniu), zaś osoby przedstawiające się jako uczuciowe były bardziej przekonane o własnej uczuciowości. Krótko mówiąc, ludzie internalizowali (uwewnętrzniali) prezentowany sposób zachowania i zmieniali sposób widzenia samych siebie. Prowadziło to także do stosownych zmian w zachowaniu - np. osoby przedstawiające się jako ekstrawertywne po badaniu siadały bliżej nieznanemu niż osoby prezentujące się jako introwertywne (Tice, 1992).

Piątym wreszcie procesem nasilającym zaangażowanie jest wzbudzenie naszego pragnienia, aby zaprezentować się innym jako osoba konsekwentna i wewnętrznie zgodna. Publiczne zaangażowanie się w jakieś działanie prowadzi do znacznie silniejszego przy nim trwania niż zaangażowanie prywatne, o którym inni nie wiedzą (por. rozdz. 6.2.5). Również tę prawidłowość ilustruje rys. 7.3 (strona prawa), bowiem zmiany w spostrzeganiu siebie były znacznie silniejsze, kiedy autoprezen-

Rysunek 7.3. Samoocena na skali „opanowanie-uczuciowość” w zależności od sposobu i warunków autoprezentacji



Źródło: Tice (1992).

tacja miała charakter publiczny, tj. badani przedstawiali się z imienia i nazwiska oraz nawiązywali kontakt wzrokowy z obserwującym ich studentem.

Większość procesów decydujących o mechanizmie zaangażowania pojawia się jedynie wtedy, kiedy ludzie czują się sprawcami podjętego działania. Koniecznym warunkiem takiego poczucia sprawstwa jest natomiast swoboda wyboru w trakcie decyzji o podejmowaniu danego działania. Jeżeli człowiek czuje się zmuszony do działania (czy nawet swoboda wyboru pozostaje jedynie nie zaakcentowana), przestaje się czuć za nie odpowiedzialny, jak tego dowodzi wiele badań (por. Z ŻYCIA 7.b).

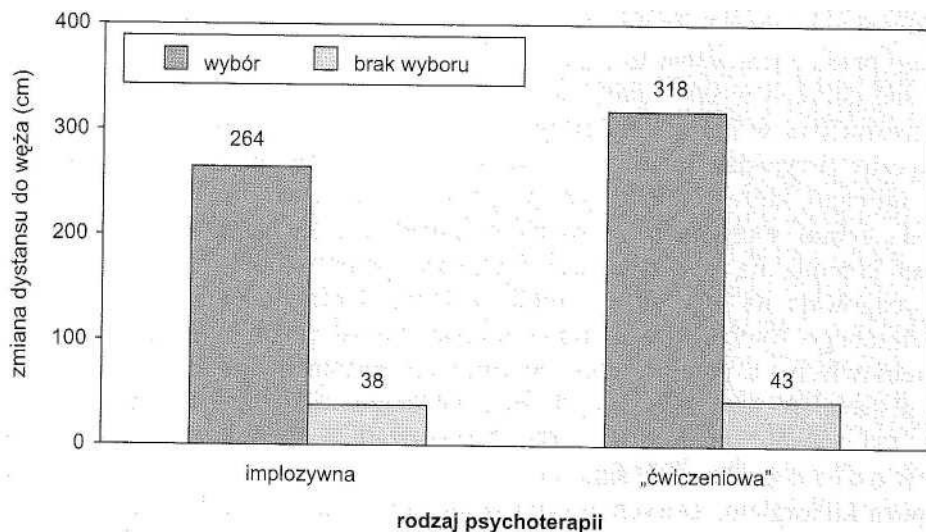
7.2.2. Słuszność

W pewnym badaniu przeprowadzonym na terenie miasteczka uniwersyteckiego proszono studentów o datek na rzecz stowarzyszenia zwalczającego choroby serca - 25% przypadkowo wybranych studentów uległo prośbie i złożyło datek. Jednak ten procent wzrósł do 43, kiedy proszący o datek pokazywał listę, na której widniały już nazwiska ośmiu poprzednich ofiarodawców (Reingen, 1982). Informacja o tym, co zrobili w tej sytuacji inni, nie mogła zadziałać ani na podstawie społecznych nagród i kar (inni nie byli obecni, nie mogli więc ich udzielić), ani na bazie zaangażowania. Mechanizmem działającym w tym przypadku był społeczny dowód słuszności, jakiego dostarczało zachowanie innych: na świecie jest wiele różnych towarzystw i wcale nie jest jasne, czy warto je wszystkie wspierać,

ZŻYCIA 7.b Dlaczego tak różne psychoterapie są skuteczne?

Psychoterapia to kraj tysiąca kwiatów. Dziesiątki szkół i systemów terapeutycznych oferują własne remedium na zaburzenia zachowania, zaś proponowane techniki są niekiedy bardzo egzotyczne lub wzajem ze sobą sprzeczne. Ponieważ każdy system ma nie tylko swoich wyznawców, lecz także wyleczonych, nasuwa się podejrzenie, że pomimo całego ich zróżnicowania, większość oddziaływań terapeutycznych zawiera jakieś wspólne elementy i to one (nie zaś ideologie towarzyszące różnym szkołom) decydują o skuteczności różnych rodzajów psychoterapii. Seria badań Coopera przekonuje, że mechanizm zaangażowania, a w szczególności uzasadniania własnego wysiłku, jest prawdopodobnym kandydatem do roli takiego wspólnego elementu. W jednym z tych badań wzięły udział osoby cierpiące na silny lęk przed węzami. Po przybyciu każdego badanego do laboratorium, proszono go, aby podszedł do dwumetrowego węża czającego się w szklanym pojemniku i niepostrzeżenie mierzono odległość od węża, w jakiej badany roztrąpnie się zatrzymywał. Następnie informowano go (badanego), że wyleczenie z lęku wymagać może znacznego wysiłku, po czym mówiono mu, że albo może wziąć pieniądze za udział w eksperymencie i wycofać się (warunki swobodnego wyboru), albo nie pozostawiano mu tej możliwości i przystępowano od razu do terapii (warunki braku wyboru). Po zakończeniu terapii ponownie mierzono, jak blisko badani podchodzili do węża nadal wylegującego się w swoim pojemniku. Część badanych poddano tzw. terapii implozywnej, która polegała na wielokrotnym wyobrażaniu sobie silnie lękotwórczych epizodów z węzami, jak wpadnięcie do dołu wypełnionego wijącymi się węzami czy pełzanie dorodnego węża wokół własnej szyi. Wiara w skuteczność tej metody opiera się na idei wygaszania lękowej reakcji: lęk ulega wygaszeniu wskutek jego wielokrotnego przeżywania pod nieobecność rzeczywistych jego przyczyn, w związku z czym staje się słabszy nawet wtedy, kiedy przyczyny owe już są obecne.

Rysunek 7.4. Zaangażowanie jako warunek skuteczności psychoterapii: zmiana dystansu fizycznego między sobą a wywołującym lęk węzem jako funkcja wysiłku włożonego w terapię i subiektywnego poczucia swobody wyboru towarzyszącemu wysiłkowi



Jak pokazuje lewa część rysunku 7.4, terapia implozywna okazała się skuteczna, choć głównie u tych badanych, którzy poddali się jej w warunkach swobodnego wyboru (pochodzili do węża o 270 cm bliżej niż przed terapią). Kiedy natomiast wysiłek był narzucony z zewnątrz, jego wykonanie w znacznie mniejszym stopniu zmniejszało lęk, zapewne dlatego, że badani nie musieli zmieniać swoich uczuć, aby wysiłek ów uzasadnić (był on uzasadniony wymaganiami badacza).

Co ciekawe, identyczne były skutki terapii wysiłkiem zupełnie nie dotyczącym lęku przed wężami. Prawa strona rysunku 7.4 przedstawia zmianę dystansu w stosunku do węża przed i po terapii, która polegała na wykonywaniu intensywnych ćwiczeń fizycznych: skakania przez linę, podnoszenia ciężarów, bieganie w miejscu. Również tutaj badani postawieni przed koniecznością uzasadnienia swoich wysiłków, zmieniali swoje uczucia (a przynajmniej zachowania), by uniknąć sytuacji, w której ich wysiłki okazałyby się całkowicie bezowocne. Niezależnie więc od tego, czy wysiłek miał charakter psychiczny (i był związany z wężami), czy też charakter fizyczny (i nie miał z treścią lęku żadnego związku), powodował daleko idącą zmianę zachowania. Jednak działo się tak głównie wtedy, kiedy wysiłek wydatkowany był w warunkach swobodnego wyboru i wymagał uzasadnienia. Samopodtrzymywanie się zaangażowania w jakieś działanie ma więc miejsce wtedy, gdy wysiłek jest wydatkowany w warunkach swobodnego wyboru, kiedy człowiek jest przekonany, że to od niego samego zależy, czy i jak bardzo będzie się wysiłał.

czy też nie. Wspieranie takiego towarzystwa przez innych jest więc dowodem na to, że popieranie go jest zachowaniem słusznym.

Większość spraw naprawdę ważnych dla człowieka dotyczy zwykle nie faktów, lecz upodobań bądź wartości i inni ludzie są tu jedynym miernikiem słuszności. Nawet trzymanie noża w prawej, a widelca w lewej ręce jest równie zasadne na poziomie faktów, jak i trzymanie ich na odwrót (tak czy owak można się najeść). Ponieważ jednak „wszyscy” tak sztucznie trzymają, nóż w prawej ręce jest czymś właściwym, świadczącym o dobrym wychowaniu i kulturze. Ta reguła społecznego dowodu słuszności dostarczanego nam przez zachowanie innych dotyczy nie tylko czysto konwencjonalnych zasad dobrego wychowania, ale i spraw nieporównanie ważniejszych - np. uczestnictwa w kultach religijnych. W 1978 roku wstrząsnął światem drastyczny przypadek Jonestown - zagubionego w dżunglach Gujany osiedla religijnego, którego duchowym przywódcą był niejaki Jim Jones. Pewnego dnia zebrał wszystkich wiernych i ogłosił im, że naszedł już czas i że cała komuna ma się ostatecznie zjednoczyć przez wspólną śmierć. Pierwsza zareagowała na jego słowa młoda kobieta, która podeszła do kotła wypełnionego trucizną i spokojnie podała dawkę płynu najpierw swojemu niemowlęciu, a potem sobie. Po czterech minutach oboje zmarli w konwulsjach. W ich ślady poszli inni. W ciągu kilku godzin zadało sobie w ten sposób śmierć 910 osób! Najbardziej wstrząsająca w tej historii jest d o b r o w o l n o ś ć śmierci wszystkich członków tej komuny religijnej (poza kilkorgiem, których przymuszono, lub którzy uciekli z tego miejsca kaźni). Badacze zgodni są w przypuszczeniach, że ta niewiarygodna historia nigdy nie wydarzyłaby się, gdyby członkowie komuny nie byli całkowicie

odizolowani od reszty świata (por. Cialdini, 2001). Ponieważ zdani byli tylko na siebie, zachowanie innych (naznaczone daleko posuniętą uległością wobec psychopatycznego przywódcy duchowego) stało się jedynym kryterium słusznego postępowania. Izolacja od reszty świata jest zresztą charakterystyczna dla większości nowo powstających kultów religijnych - niektórzy historycy twierdzą, że właśnie izolacji, a nie tylko ucieczce przed prześladowaniami, służyły spotkania wczesnych chrześcijan w katakumbach Rzymu.

Choć w warunkach izolacji i wytrącenia z kolejiny codzienności (kiedy to niepewni jesteśmy co robić należy) postępowanie innych staje się najsilniejszym dowodem słuszności, mechanizm ten jest też wykorzystywany przez licznych praktyków wpływu społecznego w sytuacjach jak najbardziej codziennych. To tym mechanizmem posługują się zebracy, często wrzucając do swojej puszki kilka banknotów już na początku „urzędowania”, a to samo robią barmani z talerzykiem na napiwki. Na tym mechanizmie opiera się wiele reklam telewizyjnych, w których zwyczajni, przeciętni ludzie zachwycają się nowym środkiem do czyszczenia czy pożywieniem dla kotów, dostarczając w ten sposób widzom dowodu, iż dany środek jest rzeczywiście doskonały do sedesów, a pożywienie - dla kotów. Powód, dla którego w reklamach tych często występują zwyczajni ludzie (a nie np. gwiazdy filmowe) jest taki, że widzowie są również ludźmi zwyczajnymi - a reakcje innych, którzy są podobni do nas, stanowią silniejszy dowód słuszności, niż postępowanie osób różnych od nas. Z jednym wyjątkiem, kiedy ludzie niezwykli są ekspertami w danej dziedzinie, dzięki czemu ich poglądy są słuszniejsze od naszych. Tak więc w dziedzinach, w których trudno przedstawić kogoś jako eksperta, produkty reklamowane są przez „zwyczajnych” ludzi (cokolwiek nierozgarnięta pani domu reklamuje proszek do prania). W dziedzinach, w których łatwo identyfikowalni eksperci istnieją - to oni właśnie, lub osoby na nich wyglądające rekomendują produkt (pastę do zębów reklamuje mężczyzna w kitlu dentysty, kosmetyki wybitna modelka czy aktorka).

Jednym z licznych dowodów na nieświadome uleganie społecznemu dowodowi słuszności jest tzw. śmiech z puszki: w wielu telewizjach humorystycznym programom towarzyszy podkład dźwiękowy w postaci głośnego śmiechu rozbawionego audytorium. Przeciętny widz twierdzi, że ten mechaniczny śmiech go irytuje (bo jest jedynie namolnie odtwarzany, a nagrany został przy zupełnie innej okazji). Jednak obiektywne pomiary wskazują, że przeciętny widz śmieje się też częściej i dłużej, kiedy oglądanemu przezeń programowi towarzyszy śmiech z puszki (a śmiech ten bywa szczególnie skuteczny w nasilaniu śmieszności marnych dowcipów - Nosanchuk, Lightstone, 1974).

7.2.3. Lubienie

Kiedy w końcu lat 80. upadł w Polsce komunizm, jedną z nielicznych powszechnie przyznawanych zmian na lepsze okazał się wzrost... uprzejmości obsługi w sklepach (sprywatyzowanych). Sprzedawcy i właściciele zdają sobie oczywiście sprawę z tego, że aby nakłonić klienta do zakupów i powrócenia do ich właśnie sklepu, muszą być mili. Wiedzą, że łatwiej wpłyniemy na kogoś, gdy ten ktoś nas lubi.

Sympatia jest potężnym narzędziem wpływu i ona właśnie jest powszechnie wykorzystywana w reklamie, gdzie sympatyczni staruszkowie karmią koty reklamowanym pożywieniem, piękne dziewczęta zalecają kupno samochodu, młodzi ludzie buchający sukcesem oferują nowy model komputera. Lubienie jako dźwignia wpływu używana jest też przez niezliczonych praktyków wpływu. Podobieństwo rodzi sympatię - stąd też nie sposób spotkać szanującego się kelnera czy barmana, który miałby inne poglądy niż jego klient (chyba, że idzie o wysokość rachunku). Analizy sprzedaży polis ubezpieczeniowych wskazują, że nabywca łatwiej da się skusić agentowi, gdy ten jest doń podobny pod względem wieku, poglądów politycznych i religijnych, a nawet w sprawie palenia papierosów (por. Cialdini, 2001). Współdziałanie budzi sympatię. Policjanci na całym świecie wiedzą, że najłatwiej skłonić podejrzanego do obciążających go zeznań za pomocą gry w „złego i dobrego policjanta”. Jeden z policjantów wali pięścią w stół, krzyczy, grozi (a niekiedy groźby realizuje), podczas gdy drugi go bezskutecznie mityguje, uspokaja, a w końcu wysyła po papierosy. Kiedy „zły” już wyjdzie, „dobry” sam częstuje przesłuchiwanego papierosem, rozważa wraz z nim, jak bardzo zły jest „zły policjant”, ostrzega przed nim i wreszcie nierzadko uzyskuje w atmosferze przyjaźni i współpracy „dobrowolne” przyznanie się podejrzanego. Okazywanie zrozumienia budzi sympatię. Zatem kierowca złapany na drobnym wykroczeniu, znacznie lepiej zrobi gdy rozpocznie od przyznania policjantowi racji, a najlepiej podziękuje za zwrócenie uwagi i poubolewa, jakie okropne musi być takie ciągle przypominanie nierozgarniętym kierowcom, że szybkości nie można przekraczać nawet o 10 km, a zapasowe żarówki trzeba zawsze mieć w samochodzie (przecież to rzeczywiście jest okropne).

Wszyscy wiemy, że wzbudzenie sympatii jest jedną z najskuteczniejszych dróg wywarcia wpływu na innych. Zdajemy się jednak nie wiedzieć, że często sami ulegamy temu zjawisku i to w najbardziej irracjonalny sposób. Samochód, o który opiera się piękna dziewczyna widziany jest jako szybszy, lepiej zaprojektowany i wygląda na droższy, niż ten sam samochód, ale bez dziewczyny (Smith, Engel, 1968). Choć żaden rozsądny klient nie zgodzi się z tym, że obecność dziewczyny może mieć jakikolwiek wpływ na ocenę szybkości samochodu. W pewnych wyborach do parlamentu kanadyjskiego stwierdzono, że przystojni politycy mieli ponaddwukrotnie większą szansę

na wybór, niż ci, którym los urody poskąpił. Choć tylko 14% wyborców dopuszczało możliwość kierowania się tak nieistotnym kryterium, zaś 73% gorąco zaprzeczało podobnej insynuacji (por. Cialdini, 2001). Przystojni oskarżeni dwukrotnie częściej przekonują sąd o swojej niewinności niż brzydacy (a jeżeli im się to nie uda, to przynajmniej otrzymują łżejsze wyroki - Stewart, 1980). Trudno sobie wyobrazić, że jakkolwiek sędzia przy zdrowych zmysłach przyznałby się do tego, że on sam kieruje się wyglądem oskarżonego.

7.2.4. Wzajemność

Jak mowa o tym w rozdz. 9.1.3, reguła wzajemności jest jedną z najsilniejszych i najpowszechniejszych zasad rządzących kontaktami społecznymi. Właśnie dlatego jest ona często wykorzystywana jako dźwignia wpływu na innych - uzyskanie jakiegoś dobra silnie obliguje jego odbiorcę do zrewanżowania się ofiarodawcy w podobny bądź jakiś inny dostępny sposób. Ten właśnie mechanizm jest głównym powodem dostarczania potencjalnym nabywcom darmowych próbek produktu oferowanego przez sprzedawców. Ofiarowanie klientom darmowej próbki sera czy ciasta przy wejściu do supermarketu podnosi szansę, że kupią oni ten właśnie produkt w sklepie. Nie tylko dlatego, że dzięki darmowej próbce przekonali się o wysokiej jakości produktu. Także dlatego, że otrzymanie czegoś za darmo wzbudza w większości osób pragnienie odwzajemnienia się i spłacenia długu.

Do perfekcji doprowadziła tę technikę wpływu amerykańska firma Amway Corporation, która z powodzeniem działa także w Polsce i zajmuje się domokrężną sprzedażą artykułów drogeryjnych i gospodarstwa domowego. Agentów firmy instruuje się, by potencjalnym klientom zostawiali na 2-4 dni zestawy produktów oferowanych przez firmę: butelkę szamponu, politory do mebli, spray do likwidacji insektów itp. Ponieważ zestawy oferowane były bezpłatnie, tylko niewielu klientów odmawiało ich przyjęcia. A skoro tylko niewielu klientów wykorzystywało do końca zawartość zestawu, ten sam zestaw mógł być po niewielkim uzupełnieniu oferowany następnemu klientowi. Ponoszone przez firmę koszty były więc niewielkie. Natomiast wielkie były zyski, bowiem poddani temu zabiegowi wdzięczni klienci gremialnie kupowali następne produkty oferowane przez tę firmę. Między innymi dzięki temu, w ciągu kilku lat Amway Corporation przekształciła się z przedsięwzięcia „na ślinę i sznurek” w wielką firmę sprzedającą rocznie produkty o wartości 1,5 mld dolarów (Cialdini, 2001). Z punktu widzenia oferentów, darmowe próbki mają więc ten urok, że wcale nie są tak bardzo darmowe!

Podstawą skuteczności techniki obligowania do wzajemności jest nie tylko to, że poczucie obligacji jest silne i występuje powszechnie. Zobligowanie takie odczuwamy jako nasz wewnętrzny przymus, w związku z czym jego

realizacja słabo zależy od własności człowieka, w stosunku do którego przymus ten czujemy. Ilustruje to prosty eksperyment, podczas którego badani dokonywali ocen różnych dzieł sztuki. W czasie krótkiej przerwy jeden z badanych (który w istocie był pozorantem) wyrządził drugiemu przysługę - przynosił mu (i sobie) butelkę coca-coli. Już po zakończeniu „właściwego” badania autor przysługi informował mimochodem swego partnera, że rozprowdza losy na loterię samochodową, a jeżeli uda mu się rozprowdzić najwięcej losów, to zdobędzie wysoką premię. Partnerzy, którym pozorant wyświadczył przysługę kupowali dwukrotnie więcej losów, niż partnerzy z grupy kontrolnej, gdzie przysługi tej nie było. Autor badania (Regan, 1971) mierzył także sympatię partnera do autora przysługi i stwierdził, że im bardziej pozorant był lubiany, tym więcej losów wykupywał jego partner. Co niezwykle interesujące, ta oczywista zależność występowała jedynie w grupie kontrolnej, a zanikała w grupie osób, którym pozorant wyrządził przysługę: ci badani kupowali więcej losów zarówno wtedy, kiedy lubili, jak i nie lubili autora przysługi. Choć więc oddawanie przysług jest dość zawodną drogą pozyskiwania cudzej sympatii (por. rozdz. 8.2.5), jest skuteczną drogą wywierania na nas wpływu nawet przez tych ludzi, których niezbyt lubimy. Także dlatego, że gdy kogoś nie lubimy, to i nie mamy ochoty czegokolwiek mu zawdzięczać.

7.2.5. Niedostępność

Czy można nakłonić 70-letnią staruszkę nie biorącą alkoholu do ust, aby dobrowolnie kupowała przynajmniej jedną butelkę wódki miesięcznie? Można - wystarczy wprowadzić reglamentowaną sprzedaż alkoholu, jak w Polsce z początku lat 80., kiedy to każdy otrzymał prawo do zakupu zaledwie jednej butelki na miesiąc. Choć było to tylko prawo do kupowania, reakcja ludzi była taka, jakby uznali to za swój obowiązek; wiele osób, które przedtem nigdy alkoholu nie kupowały zaczęły go systematycznie nabywać. Część z nich traktowała alkohol jako dobro wymieniane na inne rzadkie wówczas delikatesy, jak kiełbasa czy papierosy. Wielu jednak trzymało niepotrzebny im do niczego alkohol jeszcze przez lata po kredensach i szafach. Choć nie był im potrzebny, był jednak cenny - ceny przydała mu jego niedostępność. Zgodnie bowiem z teorią reaktancji (por. *KONCEPCJA 6*), jeżeli jakiś przedmiot lub możliwość działania zostaną nam odebrane, lub tylko odebraniem zagrożone, zyskują one na wartości. Ta dodatkowa wartość ma swe źródło w naszym zwiększonym ich pożądaniu, wynikającym z pragnienia odzyskania zagrożonej swobody wyboru. Np. kiedy w badaniach konsumenckich prosić klientów o ocenę jakości czekoladek, to czekoladka pochodząca ze słoja, w którym są tylko dwie sztuki uważana jest za lepszą i droższą, niż ze słoja zawierającego 10 sztuk takich właśnie słodczy (Worchel, Lee, Adewole, 1975).

Fakt, że ograniczona dostępność produktu zwiększa jego pożądanie przez klientów jest wykorzystywany przez sprzedawców i oferentów usług. Sposób pierwszy, to ostatni egzemplarz na składzie. Robert Cialdini (2001), który zatrudniał się jako początkujący pracownik u różnych praktyków wpływu społecznego (sprzedawców, domokrażców, agentów, właścicieli restauracji itp.) opisuje doskonale wcielenie tej techniki stosowane w pewnym sklepie, w którym terminował. Widząc parę klientów oglądającą bez specjalnego zainteresowania jakiś ekspres do kawy czy maszynkę do mielenia mięsa, właściciel sklepu podchodził do nich ze słowami: „Widzę, że bardzo państwa interesuje ta maszynka. W pełni to rozumiem, bo za tę cenę jest to rzeczywiście doskonała rzecz. Niestety została już przed kwadransiem sprzedana i, jeśli się nie mylę, był to nasz ostatni egzemplarz”. Częstą reakcją klientów był lekki zawód i zwykle jedno z nich pytało, czy jest jeszcze jakaś szansa uzyskania tego produktu. Na to właściciel odpowiadał, że może ewentualnie sprawdzić w magazynie, jeżeli klienci decydują się zakupić ten produkt gdyby się okazało, że jednak jeszcze jest dostępny. Ponieważ wyglądało na to, że i tak go nie będzie, wiele par w tej sytuacji solennie przyobiecywało zakup. Oczywiście właściciel nieodmiennie zwycięsko przynosił z zaplecza jeszcze jeden „zawieruszony” egzemplarz, a para wychodziła ze sklepu z zakupem, którego jeszcze pół godziny wcześniej wcale nie zamierzała dokonać.

Inny sposób to ostatnia okazja, czyli ograniczenie czasu, w jakim dostępny jest jakiś produkt. Temu właśnie służą ogłoszenia, że wyprzedaż trwa „tylko do piętnastego”, że termin bezpowrotnie upływa, że „teraz albo nigdy”. Odmianą tej techniki jest wzbudzanie w klientach przekonania o niepowtarzalności danej okazji, czy o jej dostępności tylko dla nich. Zgrabny przykład tego rodzaju manipulacji podaje Cialdini: hurtownik importowanej wołowiny (i wieczorowy student Cialdiniego) dzwonił do swoich regularnych klientów (detalistów) z propozycją sprzedaży następnej partii towaru. Do jednej trzeciej klientów podchodzono w normalny sposób - składali swoje zamówienia jak zwykle. Inną jedną trzecią informowano, że w nadchodzących miesiącach prawdopodobnie nastąpi spadek importu wołowiny, co zresztą było prawdą. Spowodowało to ponaddwukrotny wzrost wielkości zamówień. Wreszcie pozostałą jedną trzecią klientów informowano nie tylko o prawdopodobnym spadku importu, ale mówiono im również, że tylko oni mają dostęp do tej poufnej informacji. W tej grupie nastąpił już sześciokrotny wzrost zamówień! Tak więc wartość jakiegoś dobra nie tylko wzrasta dzięki jego niedostępności; wzrasta ona również wskutek niedostępności samej informacji o niedostępności dobra.

Jednak reaktancja i urok zakazanego owocu nie są jedynym procesem doprowadzającym do wzrostu pożądania tego, co mało dostępne. Ponadto ważne jest, aby niedostępność jakiegoś dobra pojawiła się nagle i wynikała z tego, że pożądamy go inni.

W przytaczanym już eksperymencie z oceną czekoladek manipulowano także stałością i powodem niedoboru czekoladek. Niektórzy badani od początku mieli tylko dwie czekoladki w słoju, inni mieli przed sobą początkowo słoje z 10 czekoladkami, który jednak (zanim przystąpili do degustacji) został zastąpiony słojem z tylko dwiema czekoladkami. Ci badani, na których oczach pojawił się nagły niedobór czekoladek oceniali je jako lepsze niż ci, którzy od początku mieli przed sobą tylko dwie czekoladki. Ponadto konieczność zamiany słoików przedstawiano jednej grupie jako skutek pomyłki badacza, drugiej zaś jako skutek popytu ze strony innych badanych, pożądających tych właśnie czekoladek. Druga grupa oceniała nieliczne czekoladki jako lepsze i droższe niż grupa pierwsza.

Niedostępność dobra wskutek zwiększonego na nie popytu ze strony innych jest więc najskuteczniejszym środkiem podniesienia jego wartości. Szczególnie wtedy, kiedy potencjalni nabywcy wchodzi z sobą w bezpośrednią rywalizację, co jest głównym powodem organizowania aukcji. Do sprzedania np. obrazu wcale nie jest potrzebna aukcja - wystarczyłoby wystawić go w sklepie wraz z odpowiednią informacją o cenie. Rzecz jednak w tym, że cena uzyskana w ten sposób przez sprzedawcę byłaby znacznie niższa niż podczas aukcji, kiedy to konkurujący ze sobą klienci podbijają cenę do poziomu, jakiego nigdy by nie zaakceptowali, gdyby nie mechanizm niedostępności (i zaangażowania w działanie oraz naśladownictwa) sprytnie wykorzystywany przez organizatorów aukcji. Uczestnicy i obserwatorzy aukcji twierdzą zgodnie, że częstym zjawiskiem jest emocjonalne „rozkręcanie się” uczestników - wpadają w podniecenie i koncentrują się tylko na jednym, żeby to raczej oni, a nie konkurenci zdobyli wystawianą rzecz. Dodatkowym mechanizmem, jaki wchodzi tu w grę, jest więc potężny motyw autowaloryzacji (por. rozdz. 4.3).

7.3. TECHNIKI MANIPULACJI SPOŁECZNYCH

Mechanizmy wpływu społecznego i inne procesy psychiczne omówione dotąd w tej książce stanowią podstawę licznych technik manipulacji społecznych, które często stosujemy na co dzień, bądź sami stajemy się ich obiektem i ofiarą.

7.3.1. Stopa w drzwiach

Wyobraź sobie, że na ulicy podchodzi do Ciebie nieznajoma dziewczyna z prośbą o popilnowanie przez kilka minut jej dużej torby, dziewczyna ma odwiedzić koleżankę mieszkającą na piątym piętrze budynku bez windy i nie jest w stanie zataścić tam torby. Zgodzisz się spełnić tę prośbę czy nie? Doliński (1999) aranżował taką sytuację na ulicach Wrocławia i stwierdził, że 28% nagabniętych przechodniów godziło się popilnować torby.

Odsetek skłonnych do spełniania tej prośby osób wzrastał dwukrotnie (do 62%), jeżeli kilka minut wcześniej podchodziła do nich inna dziewczyna z mniejszą prośbą (spełnianą przez niemal wszystkich) o wskazówkę, jak dotrzeć na ulicę Zubrzyckiego, której zresztą we Wrocławiu nie ma. Taki wzrost skłonności do ulegania większej prośbie wskutek uprzedniego spełnienia innej, mniejszej prośby nazywany jest *stopą w drzwiach* - kiedy włożysz stopę w szparę w drzwiach, to i cały przez nie wejdiesz. Jest to technika manipulacji często używana przez domokrażnych sprzedawców, którzy nierzadko dosłownie starają się włożyć stopę w nasze drzwi.

Dlaczego spełnianie małej prośby nasila uległość w stosunku do późniejszej, większej prośby? Jedno możliwe wyjaśnienie to polubienie osoby, której się już raz uległo - jednak nie jest to wyjaśnienie zadowalające, ponieważ stopa w drzwiach działa także wtedy, gdy pierwszą i drugą prośbę przedstawiają dwie różne osoby (jak w badaniach Dolińskiego). Inne wyjaśnienie to zmiana postawy wobec kwestii, której prośba dotyczy (np. nieznajomi w potrzebie). Jednak i to wyjaśnienie nie zadowala, ponieważ stopa w drzwiach jest skuteczna także wtedy, gdy pierwsza i druga prośba dotyczą zupełnie różnych kwestii (co wykazali Freedman i Fraser, 1966, odkrywcy tego zjawiska). Najbardziej obiecujące jest wyjaśnienie w kategoriach autopercepcji - wskutek spełnienia pierwszej prośby ludzie zaczynają siebie spostrzegać jako osoby altruistyczne, bezinteresowne itp. (DeJong, 1979). Za trafnością tego wyjaśnienia przemawia spadek częstości spełniania drugiej prośby, jeżeli spełnianiu pierwszej towarzyszą silne naciski sytuacyjne, co uniemożliwia zmiany w sposobie spostrzegania siebie, bowiem w myśl teorii autopercepcji - uleganie pierwszej prośbie uzasadniane jest tymi właśnie naciskami (Doliński, 2000).

7.3.2. Ukryte koszty i znikająca przynęta

Na mechanizmie zaangażowania w działanie opiera się także *pułapka ukrytych kosztów*, która polega na doprowadzeniu człowieka do podjęcia przezeń jakiegoś działania ujawnienia jakichś jego kosztów dopiero wtedy, gdy człowiek działanie już podjął lub powziął odpowiednią decyzję. W ten sposób można doprowadzić ludzi do działań, których nigdy nie podjęliby, gdyby od początku zdawali sobie sprawę ze wszystkich jego kosztów. Ilustruje to prosty eksperyment, w którym telefonicznie proszono studentów o udział w badaniach nad myśleniem. Części z nich od razu powiedziano, że wymagałoby to przybycia na uniwersytet już o siódmej rano, wobec czego tylko co czwarty zgodził się na udział w nim o tak nieludzkiej godzinie. Pozostałych proszono jedynie o udział w badaniu, nie ujawniając godziny. W tych warunkach ponad połowa uległa prośbie i choć bezpośrednio potem powiedziano im, że eksperyment odbywa się wczesnym rankiem, wobec czego mogą się z niego wycofać - żaden z ba-

danych tego nie uczynił, a niemal wszyscy faktycznie zjawili się umówionym rankiem w laboratorium (Cialdini i in., 1978). Trudno powiedzieć „nie” tuż po powiedzeniu „tak”, nawet jeżeli w międzyczasie doszła informacja jak najbardziej uzasadniająca odmowę.

Rysunek 7.5. Pułapka ukrytych kosztów i pułapka znikającej przynęty jako odmiany techniki podcinania opierającej się na mechanizmie zaangażowania w działanie



Podobna do ukrytych kosztów jest inna technika manipulacji społecznej - pułapka znikającej przynęty. Polega ona na zwabieniu człowieka do jakiegoś działania obietnicą zysku, która to obietnica zostaje wycofana już po zaangażowaniu się człowieka w dane działanie. Pomimo zniknięcia przynęty, człowiek często kontynuuje podjęte działanie z powodu utopionych w nim kosztów, wytworzonych w międzyczasie uzasadnień tego działania itd. W pewnym programie oddziaływań społecznych, mającym na celu wzrost oszczędzania energii, zapowiedziano części jego uczestników, że nazwiska najbardziej oszczędnych osób zostaną opublikowane w miejscowej prasie, wraz ze stosownymi pochwałami (Pallak, Cook, Sullivan, 1980). Spowodowało to spadek konsumpcji gazu grzewczego o 12,2% w pierwszym miesiącu programu. Następnie badacze wysłali uczestnikom programu zaawizowanie z przeprosinami, że ostatecznie ich nazwiska nie będą jednak mogły zostać opublikowane w prasie. Mimo to ci, którzy zainicjowali już oszczędzanie energii robili to nadal, nawet pod nieobecność przynęty w postaci publikacji w prasie, a nawet podwyższyli ilość zaoszczędzanej energii - do 15,5% w ciągu pozostałej części zimy.

Jak pokazuje rysunek 7.5, znikająca przynęta i pułapka ukrytych kosztów opierają się na tym samym mechanizmie zaangażowania. Stąd też obie są często traktowane łącznie i uważane za odmiany tej samej techniki niskiej piłki. Jak to barwnie opisuje Cialdini (2001) w swojej znakomitej książce, ta technika jest bardzo często stosowana przez praktyków wpływu społecznego: sprzedawców, akwizytorów, agentów ubezpieczeniowych. Np. dealer oferuje samochód po bardzo atrakcyjnej cenie i dopiero po wypróbowaniu samochodu przez klienta lub spisaniu umowy wstępnej okazuje się, że trzeba dopłacić dodatkową sumę za „rozkonserwowanie samochodu”, albo że wóz zawiera jakiś element wyposażenia (np. stereofoniczne radio czy alarm elektroniczny), który znacznie podwyższa cenę, ale którego nie można usunąć. Mimo że początkowo zapowiadany zysk znika czy nawet zostaje zastąpiony stratą, klient pozostaje przy swojej decyzji, do której zdążył się już przyzwyczaić

i podeprzeć argumentami własnej produkcji (zważmy, że wycofanie początkowego profitu oczywiście nie likwiduje tych dodatkowych podpórki decyzji).

7.3.3. Nieproszone ustępstwo

Jeżeli ktoś zwraca się do nas z jakąś za daleko idącą prośbą (np. daleki znajomy chce pożyczyć 100 zł) to zwykle oczywiście odmawiamy. Jeżeli jednak ta sama osoba wycofa się ze swojej skrajnej propozycji i ponownie nas poprosi, tym razem już o mniejszą przysługę (np. o pożyczkę 10 zł), traktujemy to jako ustępstwo z jej strony i sami czujemy się zobligowani do jakiegoś ustępstwa. Tego, które jest akurat pod ręką, czyli do spełnienia drugiej prośby - pożyczamy przelotnemu znajomemu 10 zł, choć bez pierwszej jego prośby nigdy byśmy tego nie zrobili.

Tę technikę nieproszonych ustępstw ilustruje badanie, w którym na terenie miasteczka uniwersyteckiego zwracano się do przypadkowo wybranych studentów z prośbą o udział w jednodniowej wycieczce do zoo w charakterze bezpłatnego opiekuna grupy młodocianych przestępców z poprawczaka. Pomysł wzięcia osobistej odpowiedzialności za nieznaną liczbę przestępców przebywających kilka godzin w publicznym miejscu, wydał się mało pojętny znacznej większości proszonych osób - tylko 17% wyraziło zgodę na tę prośbę. Jednak trzykrotnie więcej (50%) badanych wyraziło tu zgodę, jeżeli ta sama osoba zwróciła się do nich przedtem z jeszcze większą prośbą - aby przez dwa lata spędzali dwie godziny tygodniowo w poprawczaku jako społeczni wychowawcy młodocianych przestępców (Cialdini i in., 1975). Jeżeli więc chcesz pojechać na wakacje do Włoch, zacznij od rozmów (ze sponsorem) o wycieczce do Tajlandii!

Na pierwszy rzut oka, nasilone uleganie drugiej prośbie wskutek odrzucenia pierwszej (zwane niekiedy zjawiskiem „drzwiami w twarz”) wydaje się odwrotnością stopy w drzwiach. Jednak te techniki manipulacji nie są swoją wzajemną odwrotnością, ponieważ u ich podstaw leżą zupełnie inne mechanizmy wpływu (reguła wzajemności i zaangażowanie) oraz odmienne są warunki ich występowania. Po pierwsze, podczas gdy w technice stopy w drzwiach prośba pierwsza musi być mała, w technice nieproszonych ustępstw prośba ta musi być duża, choć może być widziana jako nierealistycznie wielka, ponieważ proszący przestaje być traktowany jako poważny, dokonujący ustępstw negocjator, zasługujący na nasze ustępstwa (Schwarzwald, Raz, Zvibel, 1979). Po drugie, podczas gdy w technice stopy w drzwiach pierwsza i druga prośba mogą pochodzić od różnych osób, w technice nieproszonych ustępstw obie prośby muszą pochodzić z tego samego źródła (niewiele jest powodów, by bardziej ustępować Janowi, jeżeli nam ustąpił Piotr). Po trzecie wreszcie, podczas gdy w technice stopy w drzwiach, drugą prośbę może oddzielać od pierwszej nawet kilka dni,

w technice ustępstw pożądanym jest niewielki odstęp czasowy między prośbami. Na tyle niewielki, aby obie prośby mogły być traktowane jako elementy tego samego procesu negocjacji i wzajemnych ustępstw ich uczestników (por. Doliński, 2000).

7.3.4. „A to nie wszystko” i odwrócenie uwagi

W pewnej stołówce studenckiej wystawiano na sprzedaż duże keksy. Nie miały ceny, a gdy ktoś z potencjalnych klientów o nie zapytał, sprzedawca zachowywał się na jeden z dwóch sposobów. Albo mówił „Do keksa dajemy jeszcze dwa kruche ciasteczka, razem kosztują tylko 75 centów”, albo „Tylko 75 centów. A to nie wszystko, bo do keksa dodajemy jeszcze dwa kruche ciasteczka”. W pierwszej sytuacji 40% klientów dokonało zakupu, w drugiej znacznie więcej, bo 73% (Burger, 1986). Technika „a to n i e w s z y s t k o” polega więc na zaopatrzeniu propozycji w jakąś dodatkową atrakcję, która czyni propozycję bardziej kuszącą.

Technika ta działa przynajmniej z trzech powodów. Po pierwsze, „wieloskładnikowa” propozycja wydaje się subiektywnie wartościowsza, niż ta sama oferta przedstawiona łącznie. Po drugie, dodatkowa atrakcja działa podobnie, jak nieproszone ustępstwo sprzedawcy (jest taki miły, że coś trzeba dla niego zrobić). Po trzecie, fraza „a to nie wszystko” rozprasza uwagę człowieka proszonego, co utrudnia mu obronę przed rekateryzacją proponowaną przez osobę proszącą (to dobra okazja, bo t y l k o 75 centów). Rolę tego ostatniego procesu wykazano w serii bardzo prostych badań, w których nachodzono ludzi w domach z prośbą, aby w celach dobroczynnych zakupili w cenie 3 dolarów pakietek kartek do sporządzania notatek, wykonany przez osoby niesprawne (Davis, Knowles, 1999). Zastosowana rekateryzacją była najprostsza z możliwych - sprzedawca mówił „To naprawdę dobra okazja!”. W warunkach rekateryzacji tylko 35% nagabniętych osób dokonywało zakupu - dokładnie tyle samo, co w warunkach bez rekateryzacji. Natomiast ta rekateryzacja okazała się bardzo skuteczna, gdy badacz mylił potencjalnego nabywcę, podając cenę w nietypowy sposób, mówiąc: „Te kartki kosztują tylko 300 centów” i dodając po dwóch sekundach przerwy: „To jest trzy dolary”. Choć rozproszenie uwagi wydawało się tu bardzo nieznaczne, takie nietypowe podanie ceny powodowało wzrost odsetka osób ulegających prośbie aż do 65% (a wynik ten uzyskano w czterech kolejnych badaniach).

7.3.5. Huśtawka emocjonalna

Omawiając wpływ emocji odbiorcy przekazu perswazyjnego na jego skuteczność, wskazywaliśmy na demobilizację umysłową, w jaką wprawiają człowieka pozytywne stany emocjonalne, co nasila uleganie argumentom słabym, a osłabia uleganie argumentom silnym (rozdz. 6.2.5). Szczególnie

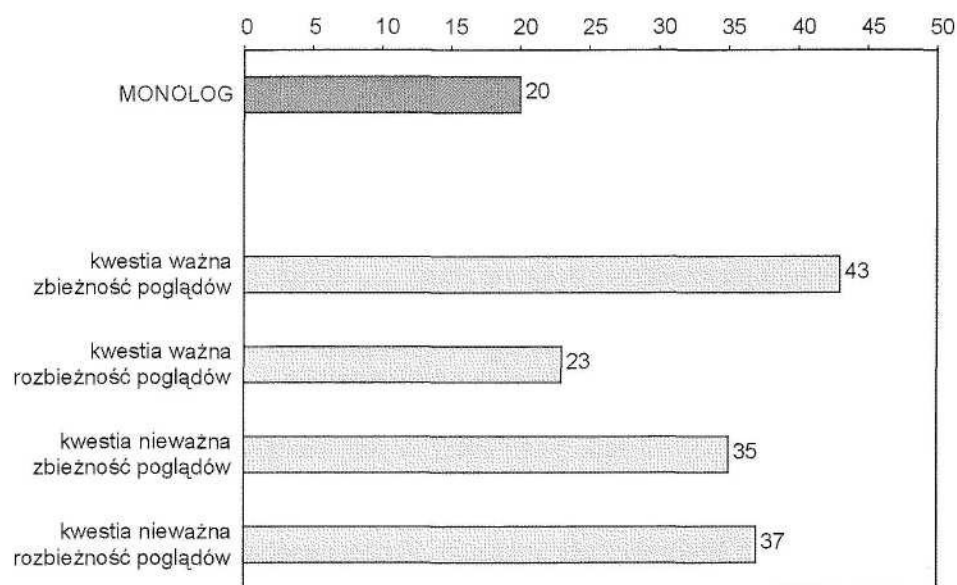
niebezpieczna jest tu ulga przeżywana po nagłym wycofaniu bodźców lęko-
twórczych, czyli *h u ś t a w k a e m o c j o n a l n a*. Seria badań Dariusza
Dolińskiego (omówiona w rozdziale 1.4.3) wykazała, że w stanie ulgi rośnie
nasza skłonność do ulegania wpływom społecznym.

7.3.6. Uwikłanie w dialog

Inna technika manipulacji społecznej wykryta przez Dolińskiego i współ-
pracowników, to *u w i k ł a n i e w d i a l o g* (Doliński, Nawrat, Rudak,
1999). Autorzy ci zakładali, że ludzie częściej ulegają prośbie, jeżeli jej
sformułowanie poprzedzone jest nawiązaniem niezobowiązującego dialogu,
ponieważ aktywizuje to automatycznie skrypt „rozmowa ze znajomym”, co
prowadzi do reagowania nawet na nieznajomą proszącą osobę w taki sposób,
jakby była ona kimś znanym, komu należą się pewne względy. Wyposażeni
w tę hipotezę autorzy wyruszyli na ulice Wrocławia, by... sprzedawać kadzi-
dełka indyjskie. Spośród setki nagabniętych przechodniów tylko 5% kupiło
kadzidelko w warunkach monologu („Dzień dobry. Przepraszam, sprzedaję
zapachowe kadzidelka indyjskie. Czy nie zechciał(a)by Pan/i kupić ode mnie
jednej paczki?"). Natomiast pięciokrotnie więcej nagabniętych (26%) kupo-
wało kadzidelko, gdy ta prośba poprzedzona została nawiązaniem dialogu
otwieranego pytaniem, kto jest bardziej wrażliwy na zapachy - kobiety czy
mężczyźni.

Jednak nie każdy dialog nasila uległość. Nawiązując do omawianego
w rozdziale 2 rozróżnienia między automatycznym i kontrolowanym prze-
twarzaniem informacji, autorzy przewidywali, że automatyczna reakcja na
osobę podejmującą dialog jako kogoś sympatycznego i zasługującego na
ustępstwa pojawi się tylko wtedy, gdy kwestia poruszana w rozmowie jest
mało ważna. Kiedy natomiast jest ważna, przetwarzanie informacji nabiera
charakteru kontrolowanego i konieczny staje się jeszcze jeden warunek - by
mianowicie osoba zgłaszająca prośbę ujawniała podczas dialogu poglądy
zbieżne z opiniami swego rozmówcy. Badacze raz jeszcze wyszli na ulice,
prosząc przechodniów o udział w piętnastominutowej ankiecie na temat prasy
lokalnej. W niektórych warunkach prośba poprzedzona była dialogiem na
temat albo ważny (czy likwidacja skutków ogromnej powodzi, która tamtego
lata nawiedziła Wrocław, przebiega sprawnie czy też nie), albo nieważny
(czy kolor nowych budek telefonicznych instalowanych w mieście jest ładny
czy nie). Badacze zgłaszali podczas dialogu poglądy zbieżne lub rozbieżne
z poglądami rozmówców. Zgodnie z przewidywaniami, dialog na temat
nieważny zawsze nasilał uleganie prośbie (w porównaniu z sytuacją mono-
logu), jednak w przypadku tematu ważnego konieczna była ponadto zbieżność
poglądów, jak to ilustruje rysunek 7.6.

Rysunek 7.6. Odsetek osób ulegających prośbie w warunkach monologu lub dialogu na tematy ważne lub nie, kiedy osoba prosząca ujawniała zbieżność bądź rozbieżność poglądów z osobą proszoną



Źródło: Doliński, Nawrat, Rudak (1999).

7.4. OBRONA PRZED WPLYWEM INNYCH

Wpływ, jaki wywierają inni ludzie na to, co czujemy, myślimy i robimy jest więc częsty, wszechstronny, nierzadko silny, a bardzo często nieświadomiany przez nas w momencie, gdy mu ulegamy. Nie zawsze musi nam to się podobać, ponieważ łącznie możemy stać się ofiarą wpływu wykorzystywaną przez ludzi, którzy nami manipulują. Pojawia się zatem pytanie, czy i jak można bronić się przed niepożądanym wpływem innych.

7.4.1. Asertywność

Z pozoru najprostszy sposób na niepożądany wpływ innych to wykształcenie w sobie umiejętności mówienia ludziom wprost „nie”, wtedy, gdy ich żądania są nieuzasadnione, a my nie mamy żadnego powodu, by je spełniać. Taka umiejętność jest przejawem ogólniejszej cechy - a s e r t y w n o ś ć i, czyli stawania w obronie własnych, uzasadnionych praw, czemu zwykle towarzyszy swobodne wyrażanie własnych opinii i uczuć (Wilson, Gollaois, 1993). Kształtowaniu tej cechy mają służyć przeróżne treningi asertywności, licznie oferowane także i w naszym kraju. Skuteczność tych treningów pozostaje z reguły niesprawdzona, jednak niewątpliwie asertywność jest cechą

plastyczną. Metaanalizy wykonane przez Jeanne Twenge (2001) przekonują na przykład, że asertywność kobiet (ale nie mężczyzn) amerykańskich znacząco zmieniała się w XX wieku, jako skutek pozycji społecznej kobiet, w szczególności na rynku pracy, oraz pełnionych przez nie ról społecznych. W latach 1930-1945 asertywność kobiet rosła (podejmowanie pracy zawodowej wskutek kryzysu, a potem wojny), w latach 1946-1968 malała (powrót mężczyzn na rynek pracy i zepchnięcie kobiet na podrzędne pozycje zawodowe), zaś potem ponownie rosła, w miarę emancypacji kobiet i coraz częstszego zajmowania przez nie pozycji menedżerskich.

Asertywność jako sposób na niepoddawanie się wpływom społecznym jest jednak trudna, a często i nieskuteczna, bowiem świadoma nieuległość wymaga jasnego rozpoznania, że oto zostaliśmy poddani jakiemuś naciskowi innego człowieka. Liczne przypadki wpływu społecznego polegają jednak na uleganiu automatycznemu i niekontrolowanemu, a więc także wtedy, kiedy człowiek stanowiący przedmiot nacisku czy manipulacji w ogóle nie zdaje sobie sprawy z ich występowania. Stąd też sama umiejętność otwartego powiedzenia „nie” jawnemu naciskowi często nie wystarcza do przeciwstawienia się manipulacji - konieczna jest także umiejętność wykrywania i przerywania pewnych automatyzmów.

7.4.2. Przerwanie automatyzmów

Cialdini (2001) przyrównuje wywieranie wpływu społecznego do sztuki dżu-dżitsu. Wymaga ona siły raczej niewielkiej, ale za to stosowanej w umiejętny sposób, z wykorzystaniem pewnych nieuchronnie działających prawidłowości, jak zasada dźwigni czy siła grawitacji. Podobnie i umiejętnie stosowany wpływ społeczny polega nie na stosowaniu nacisków silnych, lecz na subtelnych „włączaniu” (zapoczątkowywaniu) odpowiednich mechanizmów, które potem już samoczynnie prowadzą „ofiara” do ulegania. Ponieważ mechanizmy te tkwią we własnych procesach psychicznych osoby naciskowi poddanej, umiejętnie stosowany wpływ społeczny pozbawiony jest oznak zewnętrznego przymusu, który często zresztą przynosi efekt bumerangowy, odwrotny w stosunku do zamierzeń osoby wpływ wywierającej. Ponieważ zaś mechanizmy te opierają się na procesach zautomatyzowanych, często nie sposób się im przeciwstawić, gdy są umiejętnie i subtelnie wzbudzone.

Niemal nie można oprzeć się pragnieniu, by coś zrobić dla osoby, która okazała się dla nas nadspodziewanie miła albo wyrządziła nam przysługę - korzystamy z sympatycznych rad sprzedawcy i kupujemy więcej niż zamierzaliśmy, by mu wynagrodzić jego nadzwyczajne starania. Albo nie ustąpić komuś, kto właśnie dla nas zmienił swoje niezłomne stanowisko (godzimy się na kompromis) itd. Jedynym sposobem poradzenia sobie z takimi mechanizmami wpływu jest przerwanie automatycznej sekwencji zda-

rzeń - pomyślenie o tym, co się dzieje, co może doprowadzić do zidentyfikowania początkowego procesu i zapobieżenia jego automatyzmowi następstwu. Problem oczywiście w tym, żeby rozpoznać ten pierwszy etap, który ma różną postać w przypadku różnych mechanizmów. Może to być gwałtowny przypływ sympatii do nigdy przedtem niewidzianego agenta ubezpieczeniowego, który nas odwiedził w domu (możemy sobie powiedzieć: „Zaraz, zaraz, od kiedy to ja pałam taką sympatią do nowo poznanych ludzi - coś tu chyba jest nie w porządku. Czy wykupiłbym tę polisę, gdyby ten facet nie był taki sympatyczny?”). Może to być rozpoznanie własnego napięcia, gdy wraz z innymi potencjalnymi szczęśliwcami tłoczmy się przy ladzie („Dlaczego tak się podniecam? Czy chciałabym kupić tę bluzkę, gdyby się wszyscy o nie tak nie pchali? Przecież te czekoladki w eksperymencie wydawały się tylko droższe, ale wcale nie były smaczniejsze!”). Podobnie jak to jest z wieloma innymi prawidłowościami psychologicznymi, samo uświadomienie sobie, że jakaś prawidłowość może zadziałać i w naszym zachowaniu, powoduje przerwanie automatyzmu i jej zanik.

Tak więc najlepszą bronią przed niepożądanym wpływem innych zdaje się być myślenie o własnych reakcjach i ich przyczynach. Wynika stąd ważne ograniczenie opisanych w tym rozdziale mechanizmów wpływu społecznego. Ponieważ wtedy, kiedy coś jest dla nas ważne, częściej automatyzmy przerywamy i myślimy o przyczynach własnych reakcji, rzadziej staniemy się ofiarami cudzego wpływu w sprawach, które są dla nas istotne, niż w sprawach drobnych i bez znaczenia. Tak więc nie każdej próby wpływu podejmowanej przez innych musimy się świadomie wystrzegać. Na pewno jednak warto wystrzegać się wpływu makiawelistów, czyli osób, które (1) umiejętnie manipulują innymi dla własnych korzyści; (2) są cynicznie przekonane, że ludzie są słabi, interesowni i podatni na manipulację oraz (3) z obojętnością traktują normy moralne jako coś obojętnego jedynie „frajerów”. Nazwa tego syndromu pochodzi oczywiście od nazwiska Nicola Machiavellego i jego *Księcia*, w którym sformułował wiele porad dla władcy na temat skutecznej manipulacji poddanymi, na podstawie których Christie i Geist (1970) skonstruowali skalę mierzącą makiawelizm jako cechę. Ponad 30 lat badań przekonuje, iż makiaweliści częściej i skuteczniej manipulują innymi - np. szybciej i częściej zmieniają cudze poglądy i nakłaniają do uległości, lepiej ukrywają i udają własne emocje, negocjują dla siebie więcej z jakiejś sumy pieniędzy do podziału, uzyskują wyższy wyrok w roli prokuratora, a niższy w roli adwokata itd. (por. Fehr, Samson, Paulhus, 1992). Jedyna manipulacja, do której makiaweliści rzadziej się odwołują niż niemakiaweliści, to demonstrowanie słabości w celu uśpienia czujności partnera - w takiej sytuacji makiaweliści nie są w stanie powstrzymać się od okazywania tak przez siebie ulubionej (i własnej) siły (Shepperd, Socherman, 1997).

7.5. PODSUMOWANIE

Powszechnym zjawiskiem w kontaktach międzyludzkich jest wywieranie i uleganie wpływowi społecznemu - to co robią, myślą i czują jedni ludzie wywiera wpływ na to co robią, sądzą i czują inni. Trzy najbardziej wyraziste przypadki wpływu społecznego, to: naśladownictwo (kopiowanie cudzych zachowań we własnym działaniu), konformizm (uleganie naciskowi większości) oraz posłuszeństwo autorytetom, nawet wtedy, gdy są to autorytety jedynie pozorne (noszą tytuły lub uniformy autorytetów rzeczywistych).

Wpływ społeczny dochodzi do skutku na mocy wielu różnych mechanizmów psychicznych, z których najważniejsze, to: (1) zaangażowanie w działanie, (2) słusność, (3) lubienie, (4) wzajemność i (5) niedostępność. Najskuteczniejszym mechanizmem wpływu jest zaangażowanie: zaangażowanie się jednostki w działanie wywołuje wiele procesów sprzyjających podtrzymaniu i nasileniu danego kierunku postępowania (uzasadnianie własnego wysiłku, przecenianie wyników osiągniętych dzięki własnemu wysiłkowi, zmiana postawy wobec podjętego działania, zmiana sposobu spostrzegania samego siebie, wzbudzenie pragnienia, aby odzyskać inwestycje już włożone w podjęte działanie, a także aby wydać się innym osobą konsekwentną). Mechanizm słusności opiera się na naszym przekonaniu, że wywierający wpływ ludzie mają rację dzięki temu, że są ekspertami w danej dziedzinie, lub dzięki temu, że są podobni do nas. Siła tego mechanizmu wynika z faktu, że w wielu istotnych dla nas sprawach (nawet takich jak odczuwanie bólu) inni ludzie są jedynym istniejącym kryterium słusności. Sympatia do człowieka wywierającego wpływ decyduje o skuteczności tego wpływu, m.in. dlatego, że przenosi się nieświadomie z samego człowieka na zalecane przezeń sposoby postępowania. Wskutek reguły wzajemności otrzymanie jakiegoś dobra od osoby wywierającej wpływ obliguje do działania na rzecz tej osoby. Ostatni wreszcie mechanizm wpływu opiera się fakcie, że dobra niedostępne wydają się cenniejsze zarówno dzięki temu, że ograniczenie do nich dostępu wzbudza reaktancję, jak i dlatego, że rywalizowanie o dobro z innymi nasila motywację do jego uzyskania. Opierające się na tych i innych mechanizmach techniki manipulacji społecznej, to: stopa w drzwiach, ukryte koszty i nieproszone ustępstwo, „a to nie wszystko”, huśtawka emocjonalna i uwikłanie w dialog. Wszystkie te mechanizmy wpływu społecznego występują nie tylko w odniesieniu do bardzo szerokiego zakresu działań, sądów i uczuć, lecz także często mają charakter zautomatyzowany i nieświadomy. Stąd też najskuteczniejszą obroną przed niepożądanym wpływem jest uświadomienie sobie przez poddaną wpływowi jednostkę początkowych faz różnych mechanizmów wpływu, co umożliwia przeciwdziałanie automatyzmowi wystąpieniu następnych faz danego mechanizmu.

KONCEPCJA 7 Teoria społecznego uczenia się

Stworzona przez Alberta Bandurę (1973; 1977; 1986) i licznych współpracowników teoria społecznego uczenia się ma bardzo szeroki zakres i dotyczy mechanizmów, za pośrednictwem których dochodzi do pojawienia się nowych sposobów zachowania, ich podtrzymywania, zmiany i zaniku. Teoria ta zakłada, że nowe zachowania nabywane są na mocy dwóch głównych mechanizmów: przez uczenie się na podstawie konsekwencji własnych działań oraz przez modelowanie.

Uczenie się przez konsekwencje jest podobne do warunkowania sprawczego. Jednakże podczas gdy warunkowanie jest mechaniczne, uczenie się przez konsekwencje jest procesem świadomego konstruowania hipotez dotyczących tego, jakie własne działania, w jakich warunkach prowadzą do uzyskiwania pożądanego przez jednostkę rezultatu. Choć automatyczne warunkowanie instrumentalne występuje także u ludzi, uświadamiana wiedza o skutkach własnych działań ułatwia zmianę zachowania i jest zwykle u ludzi niezbędnym warunkiem jej występowania.

Większości nowych zachowań ludzie wyuczają się jednak nie przez własne próby i błędy, lecz przez modelowanie czyli obserwacje cudzych działań i ich skutków. Warunkiem nabycia nowego zachowania w ten sposób jest skupienie uwagi na zachowaniu modelu, zapamiętanie tego zachowania i wypróbowanie go we własnym działaniu. Nie wszystkie nabyte zachowania są przez człowieka wykonywane, lecz jedynie te, co do których oczekuje, że umożliwią osiągnięcie jakichś pożądanego stanów rzeczy. Podobnie jak uczenie się przez konsekwencje własnych działań, modelowanie nie ma charakteru mechanicznego - nawet u dzieci nie jest jedynie biernym naśladownictwem, lecz konstruowaniem własnego zachowania z wykorzystaniem wzorców zaobserwowanych u innych osób.

Proces uczenia się jest więc regulowany poznawczo - uczymy się nie tyle

w wyniku występowania jakichś (nagradzających lub karzących) zdarzeń, ile w wyniku sposobu, w jakie je interpretujemy. Wiele danych pokazuje, że ludzkie przekonania o związku pomiędzy jakimś zachowaniem a jego pożądanymi lub niepożądanymi konsekwencjami stanowią silniejszy wyznacznik pojawiania się tych zachowań, niż rzeczywiste związki zachowanie-konsekwencja. Obok oczekiwań, że dane zachowanie prowadzi do danych konsekwencji (outcome expectations) istotną rolę odgrywa własna oczekiwana skuteczność, a więc przekonanie, że jest się w stanie dane zachowanie wykonać (efficacy expectations). Oczekiwanie własnej nieskuteczności oczywiście hamuje dane działania, podczas gdy podwyższenie przewidywań własnej skuteczności prowadzi do ich podejmowania i nasilenia. Badania Bandury wykazały, że zmiana przekonań o własnej skuteczności jest zasadniczym mechanizmem pozwalającym na zmianę zachowania i terapię jego zaburzeń (np. lęków, jąkania się). Najskuteczniejszym wyznacznikiem zmiany przekonań o własnej skuteczności

zachowania z własnymi standardami. Jako dzieci uczymy się, że dorównywanie trudnym standardom jest czymś wartościowym, podczas gdy niedorastanie do nich - źródłem zawodu i niezadowolenia. Stawianie sobie własnych standardów, samonagradzanie za ich spełnienie i samokaranie za ich nieosiągnięcie autonomizują się w stosunku do reakcji otoczenia i liczne badania wskazują, że już dzieci

Literatura zalecana

- Cialdini R.B. (2001). *Wymieranie wpływu na ludzi: teoria i praktyka* (przekł. B. Wojciszke) (wyd. 2). Gdańsk: Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne.
- Doliński D. (2000). *Psychologia wpływu społecznego*. Wrocław: Towarzystwo Przyjaciół Ossolineum.
- Lachowicz-Tabaczek K. (red.), (2001). *Psychologia społeczna w zastosowaniach. Od teorii do praktyki*. Wrocław: Atla 2.

jest obserwacja własnego poziomu wykonania danego zachowania i obserwacja zachowania innych (szczególnie jeśli są do nas podobni, a ich osiągnięcia narastają stopniowo). Najmniej skuteczna jest sama tylko perswazja, za pomocą której łatwiej zresztą oczekiwanie obniżyć niż podwyższyć.

Teoria społecznego uczenia postuluje daleko posuniętą zdolność ludzi do prze-myślanej samoregulacji, której drugim -obok wskazanych dwóch rodzajów przekonań - podstawowym mechanizmem jest zdolność i skłonność do samoocen i ani a, a więc porównywania

mają umiejętność samodzielnego stawiania sobie wymagań oraz nagradzania i karania siebie. Takie wewnętrzne nagrody i kary oddziałują na ludzkie zachowania w sposób podobny jak wzmocnienia zewnętrzne.

Ogólnie rzecz biorąc, teoria społecznego uczenia (mająca zresztą wiele różnych wersji formułowanych przez różnych

autorów) stosuje się w zasadzie do wszystkich ludzkich zachowań i stała się inspiracją do licznych badań tak podstawowych, jak i stosowanych (w szczególności nad tzw. terapią behawioralną). Jej podstawową słabością (jak każdej teorii kar i nagród) jest niemożność określenia z góry co oddziałuje na człowieka jako kara lub nagroda.

Podstawowe pojęcia

- „a to nie wszystko”
- asertywność
- efekt Wertera
- huśtawka emocjonalna
- informacyjny wpływ społeczny
- konformizm
- makiawelizm
- modelowanie
- naśladownictwo
- niedostępność
- nieproszone ustępstwo
- niska piłka
- normatywny wpływ społeczny
- pułapka ukrytych kosztów
- pułapka znikającej przynęty
- reguła wzajemności
- społeczny dowód słuszności
- stopa w drzwiach
- uwikłanie w dialog
- wpływ społeczny
- zaangażowanie w działanie

takie cechy innego człowieka czy sytuacji, które są w stanie wywołać w nas reakcję uczuciową (afektywną). Wpływy wzmocnień dodatnich i ujemnych (czyli nagród i kar) kombinują się przy tym wedle następującej reguły:

$$A = m \frac{\sum Nw}{\sum Nw + \sum Kw} + k$$

ROZDZIAŁ 8

ATRAKCYJNOŚĆ I MIŁOŚĆ

Atrakcyjność interpersonalna to pozytywna postawa w stosunku do innego człowieka. Zarówno pojęciowe, jak i czynnikowe analizy skal szacunkowych mierzących atrakcyjność pozwalają wyróżnić dwa jej składniki: sympatię, która grupuje takie zmienne, jak lubienie i chęć przebywania z daną osobą; oraz szacunek, grupujący takie zmienne jak podziw i poszukiwanie opinii tej osoby. Znaczna większość koncepcji i badań psychologii społecznej dotyczy tylko pierwszego z tych składników.

8.1. TEORIE ATRAKCYJNOŚCI

Kształtowanie się pozytywnego ustosunkowania do innego człowieka wyjaśniane jest przez dwie grupy koncepcji, z których pierwsza zakłada, iż nasz stosunek do innego człowieka jest uzależniony od bilansu nagród i kar dostarczanych nam przez tego człowieka. Druga grupa koncepcji odwołuje się do równowagi i zgodności poznawczej, jaką zapewnia nam ów człowiek.

8.1.1. Teoria kar i nagród

Koncepcja kar i nagród zakłada, że lubimy jakąś osobę, jeżeli jest ona skojarzona z nagrodami (zdarzeniami przyjemnymi), zaś nie lubimy osób skojarzonych z karami (zdarzeniami nieprzyjemnymi). A zatem, lubimy tych, których cechy oceniamy pozytywnie, którzy dobrze się o nas wyrażają, działają na rzecz naszego dobra. I na odwrót - nie lubimy osób o cechach nieprzyjemnych, źle o nas mówiących i działających na naszą szkodę. U podstaw tych oczywistych zależności leży prosty mechanizm klasycznego warunkowania reakcji emocjonalnej: zaczynamy kogoś lubić bądź nie znosić dlatego, że na tę pierwotnie obojętną osobę przenosi się nasza reakcja emocjonalna z pozytywnych bądź negatywnych bodźców skojarzonych z tą osobą.

Zgodnie z afektywno-wzmocnieniowym modelem atrakcyjności sformu-

łowanym przez Donna Byrne'a (1971), na atrakcyjność wpływają jedynie

gdzie A oznacza atrakcyjność, N - nagrodę, K - karę, zaś w - ważność nagrody lub kary, natomiast m oraz k są stałymi wyznaczanymi empirycznie. Równanie to należy odczytywać następująco: atrakcyjność dowolnej osoby jest dodatnią, prostoliniową funkcją sumy ważonych nagród skojarzonych z tą osobą, podzielonej przez liczbę ważonych kar i nagród skojarzonych z tą osobą. Oznacza to, że atrakcyjność zależy nie od samej liczby i ważności nagród, lecz od ich proporcjonalnego udziału w ogólnej liczbie wzmocnień (i nagród, i kar) skojarzonych z daną osobą. Liczne badania Byrne'a i współpracowników dowodzą trafności tej reguły w odniesieniu do różnych nagród i kar, choć większość dotyczy tej szczególnej nagrody, jaką jest podobieństwo opinii innego człowieka do naszych poglądów oraz szczególnych kar w postaci odmienności owych opinii.

Co interesujące, koncepcja Byrne'a przewiduje, że wyznacznikami atrakcyjności innego człowieka są nie tylko nagrody i kary, których jest on sprawcą. Podobnie działają nagrody i kary, z którymi człowiek ów jest jedynie skojarzony, nawet jeżeli w żadnym stopniu nie jest za nie odpowiedzialny. Nieznana osoba obecna w trakcie otrzymywania nagród bardziej jest lubiana od osoby obecnej podczas karania, a nieznajomy poznany w dusznym i gorącym pokoju mniej jest lubiany od tego samego człowieka spotkanego w komfortowych warunkach (Griffitt, 1970). Głucha niechęć przeciętnego Polaka do - Bogu ducha winnych - współpasażerów zatłoczonego tramwaju ma więc swoje źródło właśnie w przenoszeniu reakcji emocjonalnej z pas-kudnych warunków na neutralne osoby (a nie wynika np. z narodowego charakteru Polaków).

Większość opisywanych dalej wyników badań nad różnymi wyznacznikami atrakcyjności wyjaśnić można prostym twierdzeniem, że nagrody rodzą atrakcyjność, podczas gdy kary ją obniżają. Niemniej większość tych wyników trudno byłoby przewidzieć na podstawie tego twierdzenia, bowiem w ogóle trudno przewidzieć, co stanie się nagrodą, a co karą w konkretnej sytuacji, jeżeli oddziałuje w niej równocześnie wiele czynników. Nagrody oraz kary dawane i zyskiwane w kontaktach społecznych nie mają charakteru transsytuacyjnego: zdarzenie, które w jednej sytuacji jest nagradzające, w innym kontekście może być neutralne czy nawet karzące. Uśmiech egzaminatora zwiększa naszą dla niego sympatię, gdy wpisuje nam piątkę, ale ten sam uśmiech może powiększać i antypatię, jeżeli uśmiechnięty egzaminator wpisuje nam dwóję. Znaczenie przypisywane uśmiechowi (życzliwość

czy złośliwość) zależy od innych, współwystępujących z nim w danej sytuacji zdarzeń i to samo dotyczy wielu innych wzmocnień (kar i nagród) pojawiających się w kontaktach społecznych.

Przytaczane dalej wyniki dowodzą, że nasza sympatia do kogoś rośnie zarówno wtedy, gdy nas chwali, jak i wtedy, gdy osoba ta jest ładna, zaś maleje, gdy dana osoba nas gani lub jest brzydka. Z myślenia w kategoriach sumujących się nagród i kar wynika, że najbardziej powinniśmy zatem lubić osobę ładną, która nas chwali, a najbardziej nie lubić przyganiającej nam osoby brzydkiej. Jednak w badaniach, gdzie mężczyźni byli pozytywnie lub negatywnie oceniani przez ładną lub brzydką kobietę stwierdzono, że choć najbardziej lubiana była ładna kobieta udzielająca pochwał, najbardziej nielubiana była ładna kobieta udzielająca ocen negatywnych. Ten właśnie wynik był przewidywany przez autorów badania (Sigall, Aronson, 1969), którzy rozumowali, że usuwanie niepokoju wywołanego ocenianiem działa jako nagroda, zaś nasilanie niepokoju (wskutek ocen negatywnych) działa jako kara. Ponieważ jednak w tej sytuacji występowały jeszcze inne nagrody i kary (piękno i pochwały z jednej, brzydota i nagany z drugiej strony), trudno byłoby z góry przewidzieć, który z tych czynników faktycznie zadziała jako nagroda czy kara.

Terminy „nagroda” i „kara” (zysk i strata) są więc wygodną nazwą sposobu oddziaływania jakichś zdarzeń czy bodźców na człowieka, ale same w sobie nie wystarczają jeszcze do wyjaśnienia, dlaczego dane zdarzenie działa tak a nie inaczej, a więc dlaczego jest nagrodą lub karą. Nie wystarczają też do przewidywania sposobu jego oddziaływania na człowieka w sytuacji, kiedy działają i inne czynniki. Choć więc lubimy ludzi, którzy nas nagradzają, dopiero po fakcie można stwierdzić, co też właściwie nagrodą się okazało.

8.1.2. Teorie zgodności

Wadą wyjaśnień atrakcyjności w kategoriach nagród i kar jest więc ich ogólnikowość i niemożność przewidzenia z góry, co zadziała jako nagroda, a co jako kara. Nieco mniej ogólnikowa jest tu koncepcja zgodności, koncentrująca się tylko na jednym rodzaju nagród i kar - tych które wynikają ze sposobu, w jaki inny człowiek oddziałuje na nasze dążenie do z g o d n o ś c i p o z n a w c z e j. Zgodność taka oznacza harmonię między różnymi wyznawanymi przez nas poglądami i postawami, bądź też między poglądami i zachowaniem.

Dwie najważniejsze koncepcje zgodności, teoria dysonansu poznawczego (omawiana w rozdz. 1) i teoria równowagi poznawczej (omawiana w zakończeniu tego rozdziału) zawierają szereg przewidywań co do wyznaczników atrakcyjności. W myśl tych przewidywań, powinniśmy lubić ludzi, którzy zapewniają bądź przywracają zgodność w obrębie systemu naszych przekonań

- np. którzy wyznają poglądy podobne do naszych i dostarczają im w ten sposób wsparcia (podobieństwo jest jednym z najsilniejszych wyznaczników atrakcyjności). Nasze sympatie-antypatie powinny się również układać w sposób, który zapewnia zgodność między naszymi różnymi postawami, bądź postawami i zachowaniem. Np. teoria dysonansu przewiduje powstawanie sympatii w stosunku do osoby, której wyrządzamy dobro, zaś antypatii - w stosunku do osoby, której sami wyrządzamy jakieś zło. Oba te przewidywania zyskały sobie potwierdzenie empiryczne (por. rozdz. 8.2.5). Teoria równowagi przewiduje natomiast, że nasze lubienie jakiejś osoby może być konsekwencją jedynie faktu, że jesteśmy jakoś z tą osobą powiązani, czyli tworzymy z nią tzw. jednostkę poznawczą. W ten właśnie sposób można wyjaśniać wiele dalej opisywanych faktów - np. że lubimy osoby często spotykane czy takie, z którymi kontaktu jedynie oczekujemy.

8.2. WYZNACZNIKI ATRAKCYJNOŚCI

Dotychczas proponowane teorie atrakcyjności wydają się nie do końca zadowalające z powodu niewielkiej precyzji sformułowań. A jednak wiedza na temat wyznaczników atrakcyjności zgromadzona w dotychczasowych badaniach jest wcale rozległa. Badania przekonują, że najważniejsze wyznaczniki atrakcyjności dotyczą częstości kontaktów z inną osobą, jej zalet, atrakcyjności fizycznej, podobieństwa do nas oraz zachowań, jakie osoba ta na nas kieruje.

8.2.1. Częstość kontaktów

Lubimy osoby często spotykane. W klasycznym badaniu nad kształtowaniem się wzajemnych sympatii między lokatorami nowego osiedla stwierdzono, że jeżeli dowolne rodziny miały drzwi wyjściowe w odległości do 7 m, bardzo często wskazywały na siebie nawzajem, jako na blisko zaprzyjaźnione. Nie działo się tak jednak prawie wcale, kiedy dzieliła je odległość 27 lub więcej metrów (Festinger, Schachter, Back, 1950). Istotna jest jednak nie tyle sama bliskość przestrzenna, ile częstość kontaktów, np. rodziny mieszkające jedna nad drugą, a więc tuż przy sobie, choć mające niewiele okazji do kontaktowania się, również nie nawiązywały przyjaźni. Co więcej, sama zapowiedź kontaktu z nieznanym człowiekiem czyni bardziej pozytywnym sposób jego widzenia, nawet jeżeli osobisty z nim kontakt nie dojdzie do skutku (Berscheid, Boye, Darley, 1968).

Tak więc duża częstość kontaktów budzi sympatię, co jest przejawem ogólniejszego zjawiska samej ekspozycji polegającego na tym, że im częściej eksponowany jest nam jakiś obiekt, tym bardziej go lubimy (por. rozdz. 5.2). Dość oczywiste wyjaśnienie powodów, dla których często kontakty wzbu-

dzają sympatię odwołuje się do teorii nagród i kar. Ponieważ w większości kontaktów społecznych zdarzenia pozytywne są znacznie częstsze niż zdarzenia negatywne, im częstsze są kontakty między jakimiś osobami, tym więcej mają okazji, aby się wzajemnie nagradzać, co prowadzi do wzajemnej sympatii. Jednak wyjaśnienie to jest bezsilne wobec faktów wskazujących na to, że nawet negatywne kontakty rodzą lubienie czy przywiązanie, jeżeli tylko są częste. Dzieci zwykle kochają rodziców, nawet gdy postępowanie tych ostatnich między bajki każe włożyć opowieści o szczęśliwym dzieciństwie. Podobnie rodzice zwykle kochają swoje nowo narodzone dziecko, choć przynajmniej przez pierwszych kilka miesięcy swojego życia dziecko robi rzeczy skądinąd wyłącznie nieprzyjemne, zaś wielka ulga rodziców przychodzi dopiero wtedy, gdy dziecko nie robi nic (śpi).

By wyjaśnić wzrost lubienia wskutek samej częstości kontaktów, należy więc odwołać się do innych pojęć niż same kary i nagrody. Takim pojęciem jest np. *usuwanie niepewności*. Wszelkie nowe obiekty budzą naszą niepewność i to tym bardziej, im bardziej są one aktywne. Już choćby z tego powodu, nowi dla nas ludzie budzą niepewność stosunkowo największą. Oczywiście, jest ona redukowana w miarę narastania kontaktów z nimi - coraz lepiej orientujemy się, czego po kim możemy się spodziewać. I nawet kiedy dowiadujemy się, że niczego dobrego, to sam fakt, że jednak wiemy, co to będzie, poprawia nasze samopoczucie (i nasz stosunek do często spotykanych osób).

Drugim istotnym tu pojęciem jest *responsywność*: partner jest responsywny w kontakcie o tyle, o ile to, co on mówi i robi stanowi odpowiedź (*respons*) na nasze własne działania. Responsywność partnera jest tym większa, im większa jest szansa, że odpowie on na nasze próby komunikowania się z nim, im więcej jego działań stanowi odpowiedź na nasze uprzednie działania, oraz im bardziej rozbudowane są jego komunikaty (Davis, 1982). Partnerzy responsywni są ogólnie bardziej lubiani, a brak responsywności (obojętność) jest problemem nękającym nieudane małżeństwa, choć nie pojawia się w małżeństwach udanych (Koren, Carlton, Shaw, 1980).

Responsywność stanowi oczywiście wstępny warunek uzyskiwania od partnera różnych dóbr. Jednak również sama w sobie jest ona pożądana, nawet jeżeli nie stanowi środka do uzyskiwania innych zysków. Stanowi potwierdzenie naszej zdolności do wpływania na przebieg wydarzeń, umożliwiając powstanie naszego poczucia kontroli nad tym, co się dzieje oraz przekonania o skuteczności własnych działań. Ludzie pragną być zauważeni przez innych. Brak reakcji bywa bardziej bolesny od krytyki nie tylko dla artystów (jak to poświadczają dziesiątki anegdot), ale także np. dla dzieci szkolnych, których niewłaściwe zachowania często szybciej zanikają, kiedy nikt nie zwraca na nie uwagi, niż kiedy są karane przez dorosłych (Patterson, Cobb, Ray, 1972). Responsywność jest w zasadzie jedyną nagrodą, jakiej dostarczyć może noworodek czy niemowlę swoim rodzicom.

Ogólnie rzecz biorąc, częstość kontaktów sama w sobie nie tyle sympatię budzi, co ją nasila. Jeżeli coraz częściej spotykamy osobę skądinąd już awersyjną, nie tylko nie powoduje to naszej do niej sympatii, lecz nasila początkową awersję (Brockner, Swap, 1976). Częstość kontaktów nasila więc dowolną emocję początkowo przeżywaną w stosunku do spotykanego człowieka, a w podobny sposób oddziałuje też bliskość przestrzenna - jeżeli ktoś zachowuje się w miły sposób bardziej go lubimy gdy siedzi raczej blisko nas niż daleko; kiedy jednak osoba ta zachowuje się w sposób niemiły, tym bardziej jej nie lubimy im bliżej nas się znajduje (Storms, Thomas, 1977).

8.2.2. Zalety

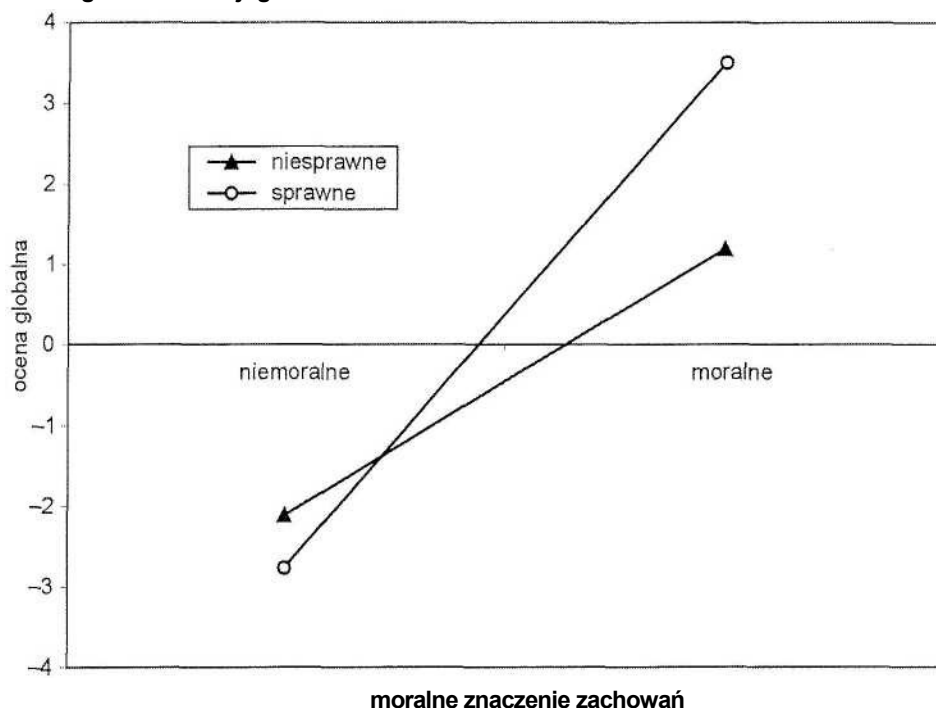
Lubimy ludzi charakteryzujących się zaletami: życzliwych, towarzyskich, uczciwych, inteligentnych, o wysokim prestiżu i dużych umiejętnościach społecznych, a więc wiedzących jak się zachować i wrażliwych na potrzeby innych. Setki badań dowodzą, że ocena człowieka jest tym bardziej pozytywna, im bardziej dodatnie - średnio rzecz biorąc - są jego cechy (Anderson, 1981). Teza o roli zalet partnera jest banalna, choć komplikowana jest przez kilka dalszych zależności.

Po pierwsze, lubienie partnera zależy nie tylko od jego zalet, ale i od jego wad, a wady i zalety nie są swoim lustrzanym odbiciem, bowiem wady odgrywają ważniejszą rolę niż zalety. Zjawisko to omawiane jest w rozdziale 3.4 pod nazwą efektu negatywności. Wykrycie wady ma bardziej nieodwracalne skutki niż wykrycie zalety. Po stwierdzeniu ważnej wady wycofujemy się z kontaktów z daną osobą, uniemożliwiając sobie wykrycie jej ewentualnych zalet, podczas gdy stwierdzenie zalet nie przeszkadza późniejszemu wykryciu wad (Rodin, 1978).

Po drugie, co jest zaletą, a co wadą silnie zależy od kontekstu, przede wszystkim od celów, z uwagi na które kształtuje się nasza relacja z innym człowiekiem. Co innego będzie więc decydować o lubieniu kogoś jako współpracownika, a co innego - jako osoby do wspólnego spędzenia wakacji. Ponieważ zwykle w kontaktach z innymi zależy nam na maksymalizacji własnych zysków, informacje o moralnych zaletach człowieka (jak uczciwość) silniej wpływają na stosunek do niego niż informacje o zaletach dotyczących jego sprawności (jak inteligencja), nawet jeżeli są one wyrównane pod względem pozytywności-negatywności. Dzieje się tak dlatego, że moralność drugiego człowieka jest zwykle bezwarunkowo istotna dla naszych losów (lepiej dla nas, gdy postępuje moralnie, a gorzej, gdy jest niemoralny), podczas gdy jego sprawność jest korzystna jedynie w zależności od moralnych zamiarów (kiedy chce nam wyrządzić dobro, to na jego sprawności zyskujemy, jednak kiedy ma złe intencje, to bardziej niekorzystna jest jego sprawność - np. bardziej nam może zaszkodzić złodziej sprawny niż niesprawny - Peeters, Czapiński, 1990). W jednym z eksperymentów dowodzących szczególnej roli zalet moralnych badani oceniali ludzi na podstawie opisów

ich zachowań, których treść zmieniała się według schematu 2 (moralnie pozytywne lub negatywne) x 2 (sprawnościowo pozytywne lub negatywne). Jak pokazuje rysunek 8.1, decydująca dla oceny była informacja o moralności - gdy stawała się ona dodatnia, ogólna ocena była zawsze pozytywna, nawet przy negatywnej informacji o sprawności. Gdy informacja o moralności stawała się ujemna - ogólna ocena była zawsze negatywna, nawet przy pozytywnej informacji o sprawności. Najbardziej pozytywne oceny zyskiwały sobie osoby zarówno moralne, jak i sprawne. Najbardziej negatywnie oceniane były natomiast osoby sprawne w czynieniu zła, a więc sprawny złodziej jest gorszy od niesprawnego.

Rysunek 8.1. Ocena globalną człowieka w zależności od moralnego i sprawnościowego znaczenia jego zachowań



Źródło: Wojciszke, Bazińska, Jaworski (1998).

Po trzecie, co i jak dalece jest zaletą innego człowieka zależy też od tego, jak jego cechy wpływają na naszą własną samoocenę. Opisuje to model utrzymania samooceny sformułowany przez Tessera, przedstawiony już w rozdz. 4.3.

8.2.3. Podobieństwo

Inna jeszcze komplikacja oczywistej tezy o wpływie zalet partnera na jego lubienie wiąże się z faktem, że to, co stanowi zaletę, a co wadę partnera zależy w pewnym stopniu od nas. Ogólnie

rzecz biorąc, im bardziej sądzimy, że sami posiadamy jakieś cechy, tym wyżej je cenimy i uważamy za cechy ogólnie ważne (Wojciszke, 1986b). Nic więc dziwnego, że jednym z najsilniejszych wyznaczników sympatyczności innego człowieka jest jego podobieństwo do nas. W taki sposób oddziałuje podobieństwo właściwie pod każdym względem - od cech osobowości i nawyków, do kibicowania tej samej drużynie piłkarskiej, a nawet drobnych gestów, jak pocieranie nosa czy potrząsanie nogą. Stąd też nieznanymi w trakcie rozmowy spontanicznie naśladują nawzajem swoje gesty, a im bardziej to czynią, tym większą obdarzają się potem sympatią (Chartrand, Bargh, 1999).

Najsilniej wpływa na sympatię podobieństwo poglądów, postaw i opinii. Dzieje się tak z co najmniej trzech powodów. Po pierwsze, podobny znaczy tyle co pozytywny. Ponieważ na ogół lubimy własne cechy i cenimy własne poglądy, wykrycie ich u innego człowieka jest równoznaczne ze stwierdzeniem, że obdarzony jest cnotami, a jego poglądy są rozsądne i słuszne. Skoro tak, to wzrost atrakcyjności wskutek podobieństwa powinien występować jedynie u osób, które same siebie cenią. Istotnie, Jerzy Karyłowski (1975) stwierdził związek podobieństwa z atrakcyjnością jedynie u osób o samoocenie dodatniej (korelacja $r = 0,51$), nie zaś o samoocenie ujemnej ($r = 0,11$).

Drugi powód jest taki, że podobieństwo samo w sobie jest nagradzające, ponieważ jego napotkanie potwierdza własne racje i poglądy. Trafność wielu opinii można sprawdzić na podstawie obiektywnych danych (Kiedy była bitwa pod Grunwaldem? Jaka gazeta sprzedaje się w Polsce najlepiej?). Jednakże większości tych opinii, które dla ludzi są naprawdę ważne, nie sposób sprawdzić, opierając się na jakichkolwiek faktach, bowiem dotyczą one nie faktów, lecz wartości (za czy przeciw aborcji?) bądź upodobań (kupować *NIE* Urbana, czy nie?). W przypadku tych opinii jedynym sprawdzianem i rękojmią ich słuszności staje się wsparcie innych ludzi. Niewiele jest przyjemności większych od posiadania racji, zatem lubimy podobnych do nas ludzi, którzy nam tej przyjemności dostarczają przez wyznawanie tych samych poglądów. Stąd też podobieństwo w sferze wartości i/lub upodobań budzi większą sympatię do partnera niż podobieństwo jego poglądów dotyczących sprawdzalnych faktów (Byrne, Nelson, Reeves, 1966). Wynikające z podobieństwa lubienie jest także tym silniejsze, im mniej pewni jesteśmy swoich poglądów, a więc im bardziej jest nam potrzebne społeczne ich wsparcie (Worchel McCromick, 1963).

Trzeci powód, dla którego podobieństwo budzi sympatię, wiąże się z naszym oczekiwaniem, że ludzie podobni do nas będą nas również lubili. Ponieważ ludzkie sympatie i antypatie bardzo silnie rządzą się regułą wzajemności, oczekiwanie, że ktoś (podobny) będzie nas lubić, samo w sobie rodzi sympatię do niego. Dowodzą tego badania, w któ-

rych niezależnie manipulowano stopniem, w jakim partner był podobny do badanej osoby i tym, czy partner tę osobę lubił, czy nie. Kiedy badany nie wiedział, czy partner go lubi czy nie, lubił partnera im bardziej ten był podobny. Kiedy jednak badany wprost dowiadywał się, że tamten go lubi bądź nie znosi, podobieństwo poglądów przestawało działać i badany reago- wał sympatią na partnera, który go lubił, zaś antypatią na partnera, który go nie lubił niezależnie od jego podobieństwa (Aronson, Worchel, 1966).

Zależność podobieństwo-atrakcyjność obowiązuje tylko w pewnych gra- nicach. Jedną z nich wyznacza ludzkie pragnienie zachowania własnej odrębności. Zbyt duże podobieństwo zagraża temu prag- nieniu i może być awersyjne (a także nudne!), obniżając atrakcyjność. Stąd też Snyder i Fromkin (1980) postulują krzywoliniowy związek podobieństwa z atrakcyjnością: lubimy osoby umiarkowanie do nas podobne, nie lubimy osób niepodobnych i skrajnie podobnych. Jednakże uzyskanych przez nich wyników nie udało się powtórzyć innym autorom (Jarymowicz, 1984) i nie wiadomo, czy wynika to z trudności badania wpływu podobieństw tak wielkich, że aż zagrażających, czy też działają tu jeszcze jakieś inne czynniki.

Inne możliwe ograniczenie zależności podobieństwo-atrakcyjność wiąże się z hipotezą komplementarności potrzeb. Komplementarność oznacza układ, w którym partnerzy mają potrzeby przeciwne, lecz dopasowa- ne w taki sposób, że realizacja potrzeb jednego z partnerów prowadzi do równoczesnego zaspokojenia potrzeb pozostałego (np. opiekuńczość-bezrad- ność, dominacja-uległość). Wyniki badań nad hipotezą komplementarności są wyjątkowo sprzeczne - tyleż jest danych świadczących o wzroście lubienia wskutek komplementarności, co i danych zaprzeczających tej zależności. Powodem tej zmienności wyników jest zapewne to, że nagradzająca wartość komplementarności zależy od dodatkowych czynników, jak układ płci między partnerami lub cechy współwystępujące z komplementarnymi. Zbigniew Nęcki (1975) wykazał, że np. układ dominacja-uległość z kobietą jako dominującym partnerem jest mało satysfakcjonujący, ponieważ towarzyszy temu wiele niepożądanych cech, jak agresywność, impulsywność i nietoleran- cja. Nagrody, jakie osoba uległa może uzyskać w kontakcie z dominującą kobietą są więc relatywnie małe - w ogólnym rozrachunku przeważają kary.

8.2.4. Atrakcyjność fizyczna

Liczne dane podsumowane przez Hatfield i Sprecher (1986) przekonują, że osoby ładne, w przeciwieństwie do brzydkich:

- spostrzegane są jako cechujące się wieloma zaletami ducha sprzyjającymi ich lubieniu, jak serdeczność, wrażliwość, zrównoważenie, towarzyskość, bycie miłym i interesującym;
- uważane są za szczęśliwsze i mające większe szansę na szczęście także w przyszłości;

- jako dzieci w szkole podstawowej uzyskują lepsze stopnie, a przez nau- czycieli są uważane za mądrzejsze, grzeczniejsze i rokujące większe nadzieje na przyszłość;
- lepiej są traktowane przez blźnich - częściej spotykają się z życzliwością, zachętą i wsparciem innych, ich kontakty społeczne są więc ogólnie bardziej satysfakcjonujące;
- obciążani są mniejszą odpowiedzialnością za swoje naganne uczynki (z wyjątkiem sytuacji kiedy ich uroda jest „instrumentem” ułatwiającym ich popełnienie, jak to jest np. przy wyłudzeniu czegoś od innych);
- częściej uzyskują pomoc innych, choć rzadziej są o nią proszone;
- jeżeli są mężczyznami, zaczynają pracę od wyższej pensji i wyżej zachodzą w karierze zawodowej;
- jeżeli są kobietami, częściej i szybciej wychodzą za mąż, w dodatku za lepiej zarabiających i wykształconych mężczyzn;
- mają więcej do powiedzenia we własnym małżeństwie niż ich partnerzy.

Wszystkie te różnice są rezultatem z ł u d z e n i a , że „ p i ę k n e j e s t d o b r e ” (Dion, Berscheid, Walster, 1972), ponieważ obiektywne pomiary cech osobowościowych wykazują brak rzeczywistych różnic między osobami ładnymi i brzydkimi - nawet pod względem samooceny (Feingold, 1992a). Jedynym wyjątkiem są umiejętności społeczne: osoby atrakcyjne są śmielsze i skuteczniejsze w kontaktach społecznych (także seksualnych), łatwiej je nawiązują i lepiej potrafią dbać o ich sprawny, przyjemny przebieg, co zapewne ma źródło w większej pozytywności doświadczeń społecznych. Złudzenie „piękne jest dobre” stało się powszechne (przynajmniej wśród Amerykanów, choć brak innych przekonujących danych, np. polskich) i wy- jaśnić można je na trzy sposoby.

Wyjaśnienie najprostsze odwołuje się do efektu aureoli: fizyczna atrakcyjność jest sama w sobie przyjemna, powoduje więc skłonność do ogólnie pozytywnej oceny danej osoby i ta ocena „promieniuje” (niczym aureola) na wszystkie pozostałe cechy tej osoby, powodując ich zawyżoną ocenę. W myśl tego wyjaśnienia (Anderson, 1981), korzystny wygląd powi- nien upożytywniać w s z e l k i e sądy o danej osobie, jeżeli tylko mają one wartościujący charakter. Jednak w rzeczywistości atrakcyjność niejednakowo wpływa na widzenie różnych cech.

Przegląd 76 istotnych tu badań (Eagly i in., 1991) wykazał, że atrakcyjność wywiera najsilniejszy wpływ na ocenę umiejętności społecznych i na ocenę globalną, nieco słabszy na ocenę przystosowania, asertywności i zdolności intelektualnych oraz prawie żaden na ocenę moralności i troski o innych. Co więcej, atrakcyjność ma też i swoją ciemną stronę - ludzie atrakcyjni oceniani są jako bardziej próżni, zarozumiali i niewierni swoim partnerom (Dermer, Thiel, 1975).

Do faktów tych bardziej przystaje drugie (i najpowszechniej przyjmo- wane) wyjaśnienie, odwołujące się do pojęcia stereotypu. Ponieważ jakość

wyglądu jest łatwa do zaobserwowania, staje się ona podstawą do klasyfikowania ludzi na różne kategorie, z których każda zawiera szereg cech psychicznych kojarzonych z danym wyglądem. Stereotyp osoby atrakcyjnej oznaczony jest ogólnie pozytywną reakcją afektywną i składa się z cech przede wszystkim dodatnich, choć zawiera też niewielką liczbę cech ujemnych, jak próżność. Zidentyfikowanie jakiejś osoby jako atrakcyjnej prowadzi zatem do automatycznego przeniesienia na nią tej właśnie reakcji afektywnej i przypisania jej zawartych w stereotypie cech, tak jak ma to miejsce w przypadku każdego spostrzegania stereotypowego (por. rozdz. 2.2). W zgodzie z tym wyjaśnieniem jest nie tylko przypisywanie osobom atrakcyjnym pewnych szczególnych cech negatywnych, ale i fakt, że wpływ samego wyglądu maleje wraz ze wzrostem innych, dodatkowych informacji o danej osobie, a także maleje wtedy, kiedy podkreślona zostaje rola trafności spostrzegania (np. spostrzegający człowiek ma świadomość, że swoje sądy będzie musiał uzasadnić).

Wyjaśnienie w kategoriach stereotypu napotyka jednak trudności w przypadku wpływu brzydoty na spostrzeganie. Ogólnie rzecz biorąc, zło jest bardziej zróżnicowane niż dość jednorodne dobro - co obowiązuje i w przypadku wyglądu fizycznego. Istnieje znacznie więcej sposobów bycia brzydkim, niż bycia ładnym. Brzydkim można być np. wskutek otyłości, ale i wychudzenia; wskutek braku włosów, ale i ich nadmiaru etc. Jednak ładnym można być tylko plasując się z dala od tych krańców. W konsekwencji, osoby ładne są bardziej jednorodne i wzajem do siebie podobne; np. badania nad błędami w rozpoznawaniu twarzy wskazują, że osoby ładne znacznie częściej są ze sobą mylone, niż osoby brzydkie. Tak więc, choć zasadne jest postulowanie jednego stereotypu osoby fizycznie atrakcyjnej, postulowanie jednego stereotypu osoby brzydkiej jest dosyć nierealistyczne, ponieważ stereotyp taki musiałby zawierać wykluczające się cechy fizyczne. Być może to właśnie ukrywa się za prawidłowością, że pozytywny wpływ atrakcyjności na spostrzeganie jest ogólnie silniejszy od negatywnego wpływu wywieranego na spostrzeganie przez brzydotę (Hatfield, Sprecher, 1986).

Z tego rodzaju trudnościami lepiej sobie radzi trzecie wyjaśnienie efektów atrakcyjności fizycznej, w myśl którego wygląd spostrzeganego człowieka jest źródłem jego pozytywnego bądź negatywnego oznakowania, afekty w niego, funkcjonującego jako wstępna hipoteza na temat tego człowieka sprawdzana w dalszym procesie jego spostrzegania. Ponieważ własne hipotezy najczęściej sprawdzamy w sposób sprzyjający ich potwierdzeniu (por. rozdz. 3), negatywne lub pozytywne oznakowanie prowadzi do wykrycia dalszych cech, które przeważnie okazują się również bądź to negatywne, bądź pozytywne. Po pierwsze dlatego, że poszukując danych o cechach osób ładnych bardziej interesujemy się ich zaletami niż wadami, zaś w przypadku osób brzydkich bardziej poszukujemy wad niż zalet. Wykazał to opisywany już w rozdz. 3 eksperyment, którego wyniki przedstawia rysunek 3.7. Po

drugie dlatego, że niejednoznaczne zachowania zyskują sobie pozytywną interpretację kiedy ich wykonawcą jest osoba ładna, zaś negatywną - gdy wykonawcą jest brzydki. Np. informacja „prawie cały dzień Anna była pod wrażeniem swojego niepokojącego snu” jest podstawą do wnioskowania o pozytywnej „wrażliwości” Anny, gdy ta jest przedstawiona (na zdjęciu) jako ładna dziewczyna, bądź też o jej negatywnej „nadwrażliwości”, gdy Anna jest brzydka (Wojciszke, 1991). Prawdopodobnie oddziałują tu i inne mechanizmy tendencyjnego sprawdzania hipotez opisywane w rozdz. 3.4.

8.2.5. Komplementy, przysługi i zachowania wiążące

Osoby, które człowieka chwalą są przezeń bardziej lubiane od osób, które go ganią bądź pozostają neutralne, co zresztą jest zwykle traktowane raczej jako brak pochwał niż jako brak nagan (Mettee, Aronson, 1974). Jednak aby komplementowany człowiek polubił nie tylko komplementy, ale i ich autora spełnione muszą być dwa warunki.

Warunek pierwszy jest taki, że osoba komplementowana musi być niepewna własnej wartości albo ogólnie, albo przynajmniej w dziedzinie, której komplement dotyczy. W eksperymencie, który jako pierwszy wykazał tę zależność, badani najpierw uczestniczyli w grupowej dyskusji, potem oceniali wzajemnie swój w niej udział, a następnie wszyscy formułowali końcowe oceny partnerów z grupy (Dittes, 1959). Oceny udziału w dyskusji, jakie do badanych docierały, nie były jednak ocenami rzeczywistymi, lecz spreparowanymi przez badacza, który losowo wybranej połowie badanych przekazywał oceny sugerujące, że są przez grupę akceptowani, pozostałej połowie zaś, że są odrzucani. Okazało się, że osoby o samoocenie wysokiej, niezbyt się przejmowały tym, co grupa o nich myśli i pozostawały w stosunku do niej neutralne. Ani lekka negatywność ocen dawanych przez osoby odrzucane, ani lekka pozytywność ocen dawanych przez osoby akceptowane nie odbiegały istotnie od zera. Ta nieznaczna różnica narastała jednak dramatycznie w miarę spadku samooceny badanych: jednostki o samoocenie niskiej silnie odpowiadały (lubieniem) na akceptację i jeszcze silniej (nielubieniem) na odrzucenie przez grupę.

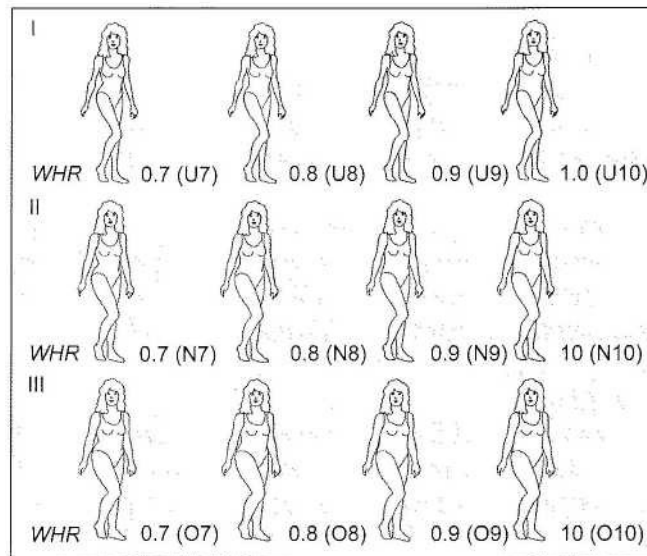
Podobny wzorec zależności uzyskiwano na tyle często w różnych badaniach, że wynika stąd jasna reguła dla pochlebców: pochlebstwa są najbardziej skuteczne wtedy, gdy odnoszą się do własności komplementowanej osoby, które ona chciałaby mieć, ale nie jest pewna, czy je ma. Oczywiście, że nie warto zachwycać się ani inteligencją laureatki Nagrody Nobla, ani urodą Miss Europy - obie co najwyżej wzruszą ramionami na prawienie takich banałów. Problem jednak w tym, że zachwycać się na odwrót - urodą laureatki i inteligencją Miss, również może być zabiegiem cokolwiek ryzykownym.

ZŻYCIA 8.a Dlaczego wcięcie w pasie jest pociągające

Najpiękniejsze są kobiety o wydatnym wcięciu w pasie. Wskazuje na to nie tylko potoczna obserwacja, ale i systematyczne badania Devendry Singha (1993), który prosił mężczyzn o ocenę atrakcyjności przedstawionych na rysunku 8.2. sylwetek kobiet. Różnią się one pod względem zarówno proporcji obwodu w talii do obwodu w biodrach (w kolumnach), jak i pod względem ogólnej ilości ciała (w wierszach). Większość badanych za najbardziej atrakcyjną uważała pierwszą sylwetkę w drugim wierszu, a więc o umiarkowanej ilości ciała i proporcji 0,70. Wiele danych sugeruje, iż proporcja ta jest niezmiennikiem piękna kobiecego ciała. Pierwsze operacje plastyczne polegały na usuwaniu dolnych żeber (aby poprawić wcięcie w pasie), a Miss America czy „króliczki” z Playboy’a wydatnie przez ostatnie kilkadziesiąt lat schudły, jednak proporcja talia/biodra zmieniała się u nich w zakresie od 0,68 do 0,71. Czyli nie zmieniała się.

Wydaje się oczywiste, że sylwetka w kształcie gitary jest piękniejsza od sylwetki w kształcie gruszki. Wcale nieoczywista jest jednak odpowiedź na pytanie dlaczego tak układają się ludzkie preferencje. Badania biologiczne wykazały, że wcięcie w pasie rośnie wraz ze wzrostem estrogenów (które nasilają odkładanie tłuszczu w rejonie ud i pośladków, a osłabiają - w rejonie brzucha, ramion i karku), a spada ze wzrostem testosteronu (który wpływa odwrotnie na wzorce odkładania tłuszczu, co nadaje sylwetce „męski” kształt). Kobiety o mniejszym wcięciu później osiągają dojrzałość płciową, mają większe kłopoty z zajściem w ciążę i bardziej są narażone na liczne choroby, m.in. nadciśnienie, choroby serca, nowotwory jajników, piersi i macicy (por.

Rysunek 8.2. Sylwetki kobiet używane w badaniach nad ocenami atrakcyjności



Wiersze różnią się ogólną ilością ciała, kolumny różnią się proporcją talia/biodra. Mężczyznom najbardziej podoba się pierwsza sylwetka w drugim wierszu, z umiarkowaną ilością ciała i proporcją 0,70.

Źródło: Singh (1993, s. 298).

Singh, 1993). Krótko mówiąc, wcięcie w pasie jest wskaźnikiem dobrego stanu zdrowia i dużej wartości reprodukcyjnej. Mężczyźni preferujący w ewolucyjnej przeszłości kształt gitary mieli -dzięki kontaktom z partnerkami o wysokiej wartości reprodukcyjnej -większe szanse na sukces reprodukcyjny i przekazanie genów (oraz uwarunkowanych nimi upodobań) następnym pokoleniom.

Wiąże się to z drugim warunkiem skuteczności pochlebstw: pochlebstwo, aby było skuteczne, musi być wiarygodne, a w każdym razie nie powinno na pochlebstwo wyglądać. Gdy pochlebca przesadzi, gdy jest oczywiste, że odbiorca komplementu posiada komplementowane cechy, albo kiedy los pochlebcy zależy od odbiorcy komplementu, tracą one swą moc, bądź przynoszą skutki odwrotne do zamierzonych. Stąd też pochlebstwa są bardziej skuteczne wtedy, kiedy osoba komplementowana raczej podsłucha pochlebną o sobie opinię, niż kiedy jest ich jawnym i zamierzonym odbiorcą (Walster, Festinger, 1962).

Zdrowy rozsądek (oraz teoria kar i nagród) podpowiada, że im więcej ktoś nam wyrządza przysług, tym bardziej go lubimy, zaś im więcej wyrządza nam szkód, tym bardziej jest dla nas antypatyczny. Niewątpliwie prawdziwa jest druga część tego stwierdzenia. Jednak część pierwsza, o pozytywnej roli przysług, obowiązuje jedynie w mocno ograniczonym zakresie, o czym decydują przynajmniej trzy powody.

Po pierwsze, zgodnie z regułą wzajemności, przysługa obliguje odbiorcę do odpłaty tą samą monetą. Np. w pewnym badaniu aż 93% osób spełniało niewielką prośbę człowieka, który nieco wcześniej wyrządził im, nieproszony, drobną przysługę - przyniósł coca-colę podczas wspólnego uczestnictwa w eksperymencie (Brehm, Cole, 1966). Jednakże właśnie z powodu tej normy, przysługa może być odczuwana głównie jako nieprzyjemna presja ze strony wyświadczającego ją człowieka. Prowadzi to do oporu, czyli reaktancji (jak każde zagrożenie swobody wyboru) i w rezultacie do niechęci do tego człowieka. W zacytowanym badaniu eksperymentatorzy wzbudzali u części badanych wątpliwości dotyczące własnej wartości, co doprowadziło do znacznego spadku częstości odwzajemniania przysługi (tylko 13% spełniło prośbę). Kłopoty z samym sobą z pewnością nie są jedynym powodem, dla którego przysługi mogą być odczuwane głównie jako przymus wzajemności. Podobnie odczuwać będziemy przysługi kogoś, kogo nie lubimy, z kim nie chcemy się zadawać itd.

Po drugie, ponieważ wszyscy wiemy, że przysługi mogą rodzić sympatię do ich sprawcy, odbiorca przysługi może łatwo dojść do wniosku, że uzyskanie tej właśnie sympatii jest jedynym powodem działań sprawcy. Miał być widziany jako miły i bezinteresowny, sprawca przysług zaczyna być spostrzegany jako lizus i manipulant, co rzecz jasna budzi antypatię. Dzieje się tak tym bardziej, im bardziej odbiorca przysługi widzi siebie jako dysponenta jakichś dóbr stanowiących przedmiot pożądania sprawcy (Jones, 1964; por. też Lis-Turlejska, 1976).

Po trzecie wreszcie, niektóre przysługi mogą być bolesne lub poniżające dla ich odbiorcy, sugerują bowiem, że ten nie jest w stanie sam poradzić sobie; w najgorszym zaś przypadku przysługa może być tej wielkości bądź rodzaju, że nie pozostawia odbiorcy możliwości stosownego rewanżu. To może z kolei prowadzić do różnych negatywnych emocji odbiorcy związanych z zagrożeniem jego poczucia własnej wartości bądź z zaburzeniem porządku jego obrazu świata; miejsca, w którym przestaje obowiązywać reguła wzajemności.

Cudze przysługi są więc z natury dwuznaczne, zresztą w przeciwieństwie do szkód, jakie wyrządzają nam inni - tu zwykle nie mamy wątpliwości, jaki cel przyświecał ich sprawcy. Co interesujące, własne przysługi są o wiele bardziej jednoznaczne niż przysługi cudze, gdyż mniej mamy przecież wątpliwości co do czystości własnych intencji niż innych. Stąd też, chcąc zyskać czyjąś sympatię, to nie my powinniśmy danej osobie wyświadczać przysługi, lecz raczej subtelnie nakłonić ją do tego, aby to ona nam ją wyrzuciła. Zjawisko to wyjaśnia oczywiście teoria dysonansu poznawczego, a jego występowania dowiedli Jecker i Landy (1969).

Istnieją wreszcie takie zachowania, których główną lub jedyną funkcją jest budowanie i podtrzymywanie więzi społecznej - zachowania wiążące. Badania Alicji Kuczyńskiej (1998) przekonują o istnieniu pięciu typów zachowań wiążących, przytoczonych w tabeli 8.1. Co ciekawe, kluczowa grupa zachowań wiążących to zachowania seksualne. W naszym kręgu kulturowym na poczęcie jednego dziecka przypada od 500 do 1000 aktów seksualnych, co wskazuje, że znaczna ich większość spełnia funkcje pozareprodukcyjne. Choć służą one i reprodukcji, nie ulega wątpliwości, że główną funkcją tych zachowań u ludzi jest budowa i utrzymywanie więzi.

Kuczyńska wykonała bardzo interesującą serię badań eksperymentalnych, w których kontaktowała osoby badane z pozorantami wykonującymi (lub nie) szereg zachowań wiążących, jak podtrzymywanie kontaktu wzrokowego, poczęstowanie pączkiem, troszczenie się o zamknięcia lub otwarcie okna. Badani wyraźnie bardziej lubili pozoranta ujawniającego zachowania wiążące, a co ciekawe, również sami pozoranci bardziej lubili tych badanych, na których kierowali swoje wiążące zachowania. Zachowania wiążące budzą więc sympatię zarówno ich odbiorcy, jak nadawcy. Badania Kuczyńskiej przekonują, że mogą one być nawet ważniejsze od atrakcyjności fizycznej potencjalnych partnerów. Wpływają też na jakość stałej relacji - satysfakcja ze związku jest tym większa dla obu płci, im więcej zachowań wiążących ujawnia partner. Ciekawe różnice płci pojawiają się przy własnych zachowaniach wiążących - u kobiet wzrost ich liczby nasila satysfakcję ze związku, natomiast u mężczyzn liczba własnych zachowań wiążących koreluje z satysfakcją negatywnie. Można to tłumaczyć odmiennością wymagań roli kobiety i mężczyzny (por. rozdz. 12).

Tabela 8.1. Główne typy zachowań wiążących i przykładowe zachowania każdego typu

Typ zachowań wiążących	Główne zachowania
zachowania seksualne	inicjowanie kontaktu seksualnego stosunki seksualne pieszczoty seksualne wprowadzanie innowacji do życia seksualnego wyznawanie pożądania
działanie na rzecz partnera i związku	dbanie o dobrą atmosferę w związku (np. w rodzinie) czynności wspomagające pozamaterialny rozwój partnera czynności na rzecz partnera wynikające z podziału obowiązków troszczenie się o zdrowie partnera wspieranie partnera w konflikcie z innymi osobami
utrzymywanie bliskości fizycznej	przytulanie głaskanie całowanie pieszczotliwe zwracanie się do partnera obejmowanie
zachowania pojednawcze	świadczanie uprzejmości spoglądanie na siebie i uśmiechanie się poczęstunki komplementy zaproszenia
zachowania imponujące	manifestowanie statusu finansowego manifestowanie pozycji społecznej opowiadanie o własnych osiągnięciach demonstrowanie przed partnerem siły po porażce doznanej poza związkiem

Źródło: Kuczyńska (1998).

8.3. MIŁOŚĆ I BLISKIE ZWIĄZKI

Czy miłość jest kontynuacją lubienia (tyle że w skrajnym natężeniu), czy też jest czymś jakościowo różnym od omawianej dotąd atrakcyjności? Współcześni psychologowie zakładają najczęściej, że atrakcyjność i miłość są jakościowo odrębne. Pierwszą próbę ich empirycznego rozróżnienia podjął Zick Rubin (1970), konstruując oddzielne skale mierzące te dwa uczucia. Na skalę miłości składały się twierdzenia dotyczące troski o partnera, uzależnienia od niego, oraz wyłączności i zaabsorbowania partnerem. Lubienia dotyczyły natomiast takie pozycje, jak „Mam wiele zaufania do jego opinii” czy „Myślę, że jesteśmy do siebie bardzo podobni”. Choć „romantyczni” partnerzy wypadają wyżej niż zwyczajni przyjaciele na obu tych skalach, różnica ta jest większa w przypadku skali miłości niż lubienia. Im wyższe wyniki w skali miłości (ale nie lubienia), tym dłużej patrzą sobie oczy

partnerzy bliskiego związku. Wreszcie Dermer i Pyszczyński (1978) wykazali wzrost wyników w skali miłości (ale nie lubienia) u mężczyzn, którzy bezpośrednio przed wypełnianiem skali (z myślą o swojej dziewczynie) wprowadzani byli w stan erotycznego podniecenia.

Tego rodzaju dane sugerują, że miłość jest czymś odmiennym niż zwyczajna atrakcyjność interpersonalna. Jej wyjaśnienie wymaga więc odrębnych teorii, z których najważniejsze są teoria przywiązania i trójskładnikowa teoria miłości.

8.3.1. Przywiązanie

U małych dzieci obserwuje się bardzo charakterystyczną sekwencję reakcji na rozłączenie z matką czy innym stałym opiekunem. W pierwszej fazie jest to *protest*, wyrażający się płaczem, aktywnym poszukiwaniem matki i oporem przeciwko próbom ukojenia podejmowanym przez inne osoby. Potem następuje faza *rozpaczy* wyrażająca się bierną rezygnacją połączoną z głuchym, nieutulonym smutkiem. Wreszcie następuje faza *negacji* *przywiania*, wyrażająca się paradoksalnym ignorowaniem matki i jej unikaniem gdy się na powrót pojawi, czemu towarzyszą różne poważne zaburzenia, jak zanik łaknienia i wycofanie z kontaktów społecznych (ten stan dziecka znany był niegdyś pod nazwą „choroby sieroczej”). Duża uniwersalność tego wzorca reakcji, obserwowanego także o młodych osobników różnych naczelnych, skłoniła badaczy do postulowania, że system przywiązania jest wrodzony, a jego biologiczną funkcją jest utrzymanie relacji między dzieckiem a rodzicem, co jest niezbędne dla przetrwania dziecka i sukcesu reprodukcyjnego rodzica (Bowlby, 1988).

Badania nad przebiegiem spontanicznych kontaktów matek z dziećmi wykazały istnienie trzech stylów przywiązania (Ainsworth i in., 1978). Styl pierwszy, charakteryzujący 66% badanych dzieci *bezpieczny*, cechuje się zaufaniem dziecka do matki i wiarą w jej stałą dostępność, wrażliwość i gotowość do wsparcia i opieki. Matka jest dla dziecka „bezpieczną bazą”, z której może ono eksplorować otoczenie i dzięki której nabywa bazowego przekonania o wartości własnej osoby i zasługiwaniu na miłość. Styl drugi, *nerwowo-ambivalentny* (19% dzieci), cechuje się zachowaniami typowymi dla wcześniej wspomnianej fazy protestu. Dzieci takie nie mają poczucia bezpieczeństwa ani przekonania, że matka zawsze pośpieszy im z pomocą. Stale upewniają się o jej obecności, odczuwają silny lęk przed rozstaniem i protestują już na słabą zapowiedź odległego rozstania, więcej płaczą i mniej interesują się otoczeniem. Styl trzeci, *unikający* (21% dzieci), cechuje się zachowaniami przypominającymi fazę negacji przywiązania oraz unikaniem kontaktów z rówieśnikami i dorosłymi. Dzieci takie są częściej odrzucane przez matkę, w szczególności strofowane za próby nawiązania z nią bliskiego kontaktu fizycznego.

To zróżnicowanie stylów przywiązania skłoniło Hazan i Shavera (1987) do postulowania trzech stylów przywiązania przejawianego przez osoby dorosłe w budowanych przez nie bliskich związkach. Autorzy poprosili ludzi o wskazanie, która z trzech charakterystyk przedstawionych w tabeli 8.2 najbardziej do nich pasuje. Np. w badaniach próby reprezentatywnej dla dorosłych Amerykanów, styl bezpieczny został wybrany przez 59% badanych jako najbardziej dla nich charakterystyczny, styl unikający - przez 25%, zaś styl nerwowo-ambiwalentny przez 11 % badanych (Mickelson, Kessler, Sha-ver, 1997). Badania prowadzone w innych krajach wykazały podobne rozkłady stylów, a są one wszystkie wyraźnie podobne do rozkładu częstości stylów przywiązania u dzieci. Sugeruje to ciągłość stylów przywiązania w ciągu życia, a więc że w dorosłych związkach romantycznych ludzie powtarzają wzorzec przywiązania z wczesnego dzieciństwa, jaki obowiązywał w relacjach z rodzicami. Bardziej bezpośrednio dowodzą tego badania podłużne. Np. styl przywiązania 21-latków był u 72% badanych taki sam, jaki zdiagnozowano u nich, gdy mieli 12 miesięcy. Jednakże dotyczyło to jedynie osób, u których w 20-letnim okresie obejmującym badanie nie miało miejsca jakieś poważne wydarzenie dotyczące więzi z rodzicami, jak śmierć rodzica, rozwód czy przemoc w rodzinie. W takich razach stabilność stylu przywiązania była mniejsza i dotyczyła jedynie 44% badanych (Waters i in., 1995). Styl przywiązania w dorosłych związkach romantycznych jest więc do pewnego stopnia powtórzeniem stylu relacji z rodzicami we wczesnym dzieciństwie, choć nie jest to nieuchronne. Niezależnie od tego, czy stanowi on powtórzenie relacji z dzieciństwa, czy nie, styl przywiązania człowieka dorosłego istotnie wpływa na jego kontakty interpersonalne, a przede wszystkim zdolność do budowania zadowolających bliskich związków. Jak wskazują wyniki badań podsumowanych w tabeli 8.2, największą skłonność i zdolność do budowania trwałych bliskich związków mają osoby o bezpiecznym stylu przywiązania. Najmniej satysfakcjonujące związki budują osoby o stylu unikającym, głównie z powodu zaprzeczania własnej potrzeby więzi i nieufności w stosunku do ludzi.

8.3.2. Trójskładnikowa teoria miłości

Robert Sternberg (1987) zaproponował trójskładnikową koncepcję miłości, wedle której na zjawisko to składają się trzy składniki o zasadniczo odmiennej naturze i dynamice: intymność, namiętność i zobowiązanie. Tabela 8.3 przedstawia kwestionariusz mierzący te trzy składniki miłości - możesz ten kwestionariusz wypełnić, dzięki czemu nie tylko lepiej zrozumiesz, czym są wyróżniane składniki miłości, ale i zorientujesz się, jaki charakter ma Twoja własna miłość.

I n t y m n o ś ć to łagodne, pozytywne uczucia i towarzyszące im działania wyrażające przywiązanie, bliskość i wzajemną zależność partnerów od siebie.

Tabela 8.2. Trzy style przywiązania w bliskich związkach

Styl przywiązania	Charakterystyka stylu (samoopis do wyboru)	Charakterystyka osób o danym stylu
bezpieczny	Z łatwością zbliżam się do ludzi i nie sprawia mi kłopotów ani bycie uzależnionym od innych, ani ich uzależnienie ode mnie. Rzadko martwię się tym, że inni mnie opuszczą, lub że ktoś za bardzo się do mnie zbliży.	Największa satysfakcja, stabilność, intymność i skłonność do zwierzania się w bliskich związkach. W stresie zwracanie się do partnera o pomoc, która zostaje udzielona. Ufność w stosunku do ludzi, bardziej pozytywne emocje w kontaktach z pięcią przeciwną. Opisywanie własnych rodziców jako troskliwych, uczuciowych, sprawiedliwych i szczęśliwych w małżeństwie.
nerwowo-ambivalentny	Inni ludzie z oporami zbliżają się do mnie na tyle, na ile bym chciał. Często martwię się, że moja partnerka nie kocha mnie naprawdę i że nie zechce ze mną zostać. Chciałbym się całkowicie złać w jedno z ukochaną osobą i to czasami odstrasza ode mnie potencjalne partnerki.	Skłonność do obsesyjnej, krańcowej namiętności, do miłości od pierwszego wejrzenia, do huśtawki emocjonalnej w bliskim związku i silnej zazdrości. Kurczowe trzymanie się partnera i lęk przed odrzuceniem. Skłonność do poczucia, że nie jest się należycie docenianym przez partnera związku (a także współpracowników). Opisywanie własnych rodziców jako bardziej inwazyjnych, wymagających i nieszczęśliwych w małżeństwie.
unikający	Czuję się nieco skrępowany bliskością innych. Trudno mi całkowicie ludziom zaufać, lub pozwolić sobie, żeby się od kogoś uzależnić. Staję się nerwowy, gdy ktoś za bardzo się do mnie zbliży. Moje partnerki często domagają się, abym zwierzał im się bardziej niż mam na to ochotę.	Emocjonalnie burzliwe bliskie związki, z licznymi wzlotami i upadkami, poczuciem frustracji, napięciem i nudą, ze skłonnością do zazdrości i unikania intymności. W stresie brak zwracania się do partnera o pomoc, która nie zostaje udzielona. Nieufność do ludzi. Skłonność do zaprzeczania własnej potrzeby więzi, do koncentracji na pracy zawodowej. Skłonność do przelotnych związków seksualnych. Opisywanie własnych rodziców jako wymagających, krytycznych, pozbawionych troskliwości.

Opisy stylów używane do autoidentyfikacji przez badanych Hazan i Shavera (1987) oraz charakterystyka osób o danym stylu na podstawie badań podsumowanych przez Brennan i Shavera (1995) oraz Taylor, Peplau, Searsa (2000).

Uczucia te wynikają z umiejętności komunikowania się, wzajemnego zrozumienia i wspierania. Powstają one w trakcie wzajemnego poznawania się partnerów, stąd też intymność powolnie rośnie w miarę trwania związku i wykształcania się scenariuszy (skryptów) wzajemnych kontaktów, tj. ciągów działań obojga partnerów w najczęściej powtarzających się sytuacjach. Wykształcenie takich scenariuszy (np. jak wydobyć partnera z depresji) jest silnie nagradzające, wskutek czego scenariusze te utrwala się i automatyzuje.

zują. Jednak rutyna jest zabójcza dla uczuć, szczególnie pozytywnych. Bowiem warunkiem niezbędnym do powstania emocji jest przerwanie automatyzmów i pojawienie się zdarzeń nieoczekiwanych, odbiegających od „koleiny” (Berscheid, 1983; Czapiński, 1988). Ponieważ w miarę trwania udanego związku wszelkie zgrzyty stopniowo zanikają, zanikają też warunki niezbędne do pojawiania się uczuć pozytywnych, a w konsekwencji intymność powoli spada, jak to przedstawia rysunek 8.4.

Namiętność jest konstelacją silnych emocji zarówno pozytywnych (zachwyt, tkliwość, pożądanie, radość), jak i negatywnych (ból, niepokój,

Tabela 8.3. Skale Intymności, Namiętności i Zobowiązania skonstruowane przez Wojciszke (1995) na podstawie trójskładnikowej koncepcji miłości Sternberga

Instrukcja	
Kwestionariusz ten składa się z szeregu opinii na temat Waszego związku i uczuć, jakie Was łączą. Prosimy o ustosunkowanie się do każdej z tych opinii. Im bardziej zgadza się Pan/i z daną opinią, a więc im lepiej wyraża ona Pana/i uczucia do NN, tym większą liczbę prosimy zakreślić przy danym twierdzeniu.	
12 3 4 5 6 7	1. Rezygnuję z realizowania niektórych własnych pragnień, jeżeli zagrażałoby to mojemu związkowi z NN.
12 3 4 5 6 7	2. Bywa, że sam widok NN wprawia mnie w podniecenie.
12 3 4 5 6 7	3. NN potrafi dodać mi otuchy.
12 3 4 5 6 7	4. Właściwie we wszystkim co robię, mam na uwadze dobro naszego związku.
12 3 4 5 6 7	5. Wspomnienia wspólnych chwil z NN często na nowo wzbudzają we mnie pożądanie.
12 3 4 5 6 7	6. Zawsze mogę liczyć na zrozumienie ze strony NN.
12 3 4 5 6 7	7. Jestem gotów na wiele wyrzeczeń, jeżeli to podniesie szansę, że będziemy razem szczęśliwi.
12 3 4 5 6 7	8. Często pragnę NN.
12 3 4 5 6 7	9. Mamy dla siebie z NN wiele wzajemnej życzliwości.
12 3 4 5 6 7	10. Nasze wspólne dobro jest dla mnie ważniejsze od mojego własnego.
12 3 4 5 6 7	11. Czasami nie mogę się uwolnić od marzeń o NN.
12 3 4 5 6 7	12. W potrzebie zawsze mogę liczyć na NN.
12 3 4 5 6 7	13. W mój związek z NN wkładam wiele świadomie ukierunkowanych wysiłków.
12 3 4 5 6 7	14. Często myślę o różnych pieszczotach z NN.
12 3 4 5 6 7	15. Nawet nie prosząc o to, znajduję u NN wsparcie i pomoc.
12 3 4 5 6 7	16. Swoje działania zawsze dostosowuję do naszego wspólnego dobra.
12 3 4 5 6 7	17. NN jest dla mnie niezmiernie pociągający.
12 3 4 5 6 7	18. Sama obecność NN przynosi mi spokój.
12 3 4 5 6 7	19. Gdy trzeba, potrafię zacisnąć zęby i trwać przy naszym trwaniu razem.
12 3 4 5 6 7	20. Czuję, jak wszystko we mnie topnieje, gdy patrzę NN w oczy.
12 3 4 5 6 7	21. Nasze kontakty z NN pełne są ciepła i serdeczności.
12 3 4 5 6 7	22. Często myślę o tym, jak uniknąć różnych niebezpieczeństw czyhających na nasz związek.

- 12 3 4 5 6 7 23. Przyglądanie się, jak NN wygląda, mówi, czy porusza się, wprowadza mnie czasem w zachwyt.
- 12 3 4 5 6 7 24. NN rzeczywiście potrafi mnie wysłuchać.
- 12 3 4 5 6 7 25. Staram się rozwiązywać problemy nękające nasz związek.
- 12 3 4 5 6 7 26. Tylko NN potrafi mi dać prawdziwą rozkosz.
- 12 3 4 5 6 7 27. Mogę NN całkowicie zaufać.
- 12 3 4 5 6 7 28. Staram się sprawiedliwie rozłożyć nasze obowiązki.
- 12 3 4 5 6 7 29. Kocham dotykać NN.
- 12 3 4 5 6 7 30. Myślę o NN ze spokojem i przyjemnością.
- 12 3 4 5 6 7 31. Podejmuję wiele starań, by nasz związek nigdy się nie rozpadł.
- 12 3 4 5 6 7 32. Nie znam nikogo bardziej godnego pożądania niż NN.
- 12 3 4 5 6 7 33. Po rozmowie z NN często okazuje się, że problemy, od których rozmowa się zaczęła - zniknęły.
- 12 3 4 5 6 7 34. Zmieniłabym pracę, gdy tego wymagało dobro naszego związku.
- 12 3 4 5 6 7 35. Przeżywam z NN chwile uniesienia.
- 12 3 4 5 6 7 36. Rozumiemy się z NN bez słów.

Uwaga:

Na Skalę Intymności składa się suma punktów w odpowiedzi na pozycje: 3, 6, 9, 12, 15, 18, 21, 24, 27, 30, 33 i 36. Średni wynik tej skali wynosi 69+3 punktów; wynik niski - poniżej 56 punktów, wynik wysoki - powyżej 82 punktów.

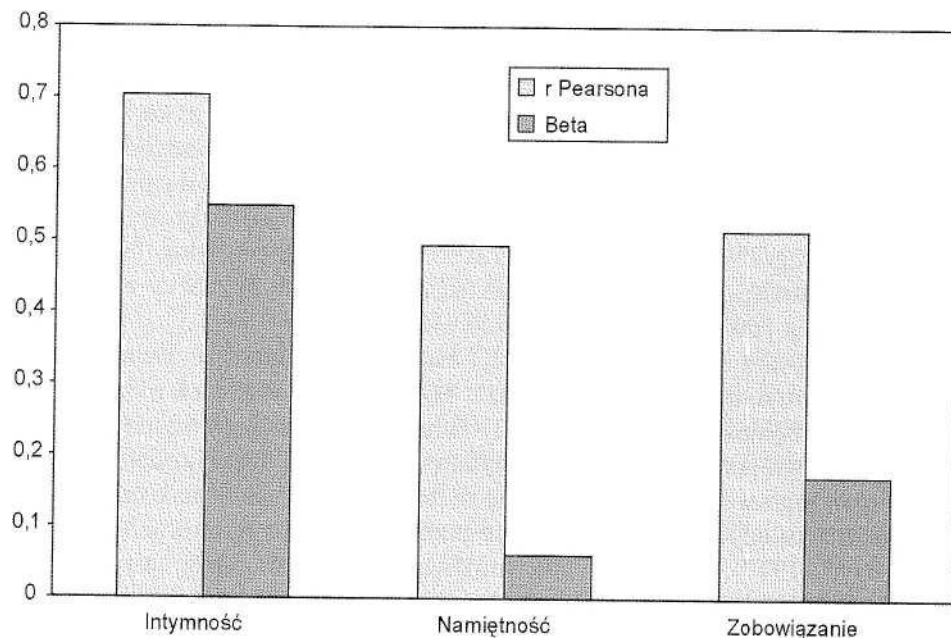
Na Skalę Namietności składa się suma punktów w odpowiedzi na pozycje: 2, 5, 8, 11, 14, 17, 20, 23, 26, 29, 33 i 35. Średni wynik tej skali wynosi 67+4 punktów; wynik niski - poniżej 53 punktów, wynik wysoki - powyżej 81 punktów.

Na Skalę Zobowiązania składa się suma punktów w odpowiedzi na pozycje: 1, 4, 7, 10, 13, 16, 19, 22, 25, 28, 31 i 34. Średni wynik tej skali wynosi 63+5 punktów; wynik niski - poniżej 48 punktów, wynik wysoki - powyżej 78 punktów (wszystkie normy dla osób przed 30. rokiem życia, opierające się na próbie N = 370 badanych).

zazdrość, tęsknota), często z mocno uwydatnionym pobudzeniem fizjologicznym. Emocjom tym towarzyszy silna motywacja do maksymalnego połączenia się z partnerem. Wiele typowych przejawów miłości wskazywanych przez ludzi, to przejawy właśnie namietności: pragnienie i poszukiwanie fizycznej bliskości, przyływy energii, uczucie podniecenia, bicie serca, dotykanie, pieszczenie, całowanie, kontakty seksualne, obsesja na punkcie partnera, marzenia na jawie, psychiczna nieobecność pod nieobecność partnera itd. (Shaver i in., 1987). Dominującym elementem namietności osób dorosłych są zwykle pragnienia erotyczne, choć w przeciwieństwie do samej potrzeby seksualnej, zdolność do przeżywania miłosnej namietności może być w pewnym stopniu darem kultury, nie zaś tylko natury. Warunkiem jej przeżycia jest nie tylko pojawienie się osoby stanowiącej odpowiedni (atrakcyjny) obiekt namietności, lecz także wychowanie w kulturze wyznającej ideał miłości romantycznej, o czym mowa nieco dalej. Podczas gdy dynamika intymności jest łagodna, dynamika namietności jest dramatyczna. Namietność intensywnie rośnie, szybko osiągając swoje szczytowe natężenie i niemal równie szybko gaśnie (po okresie ocenianym na 4 do 10 lat), jak pokazuje rysunek 8.4. **Z o b o w i ą z a n i e** oznacza decyzje i działania ukierunkowane na przekształcenie relacji miłosnej w trwałą związek oraz na jego utrzymanie

pomimo przeszkód. Podczas gdy namiętność pozostaje niemal całkowicie poza wolicjonalną kontrolą, a intymność poddaje się jej tylko do pewnego stopnia, zobowiązanie jest wysoce podatne na kontrolę ze strony kochających się ludzi. Stanowi to zarówno o sile, jak i o słabości tego składnika miłości. Z jednej bowiem strony, silne zaangażowanie partnerów, bądź nawet tylko jednego z nich, może być jedynym, choć skutecznym czynnikiem podtrzymującym związek. Z drugiej jednak strony, zobowiązanie jest zwykle rezultatem świadomej decyzji, a ta może zostać zmieniona czy odwołana, w związku z czym cały ten składnik miłości może przestać istnieć niemalże z dnia na dzień. W sytuacji, gdy jest to już jedyny czynnik podtrzymujący trwanie związku, zanik zobowiązania prowadzi do rozpadu samego związku. Jednak w udanym związku zobowiązanie jest zwykle najbardziej stabilnym składnikiem miłości. Po początkowym wzroście (przyjmującym postać litery S, jak sugerują komputerowe symulacje rozwoju bliskiego związku - Hues-mann, Levinger, 1976), krzywa zobowiązania osiąga maksymalny poziom nie ulegający już większym zmianom do końca trwania związku (por. rys. 8.4.).

Rysunek 8.3. Siła związku intymności, namiętności i zobowiązania z satysfakcją



Współczynnik r oznacza prostą korelację danego składnika miłości z satysfakcją, współczynnik regresji *Beta* oznacza czysty związek danego składnika z satysfakcją po wyłączeniu skorelowania danego składnika miłości z dwoma pozostałymi (a więc mówi o tym, jak przedstawia się np. związek namiętności z satysfakcją po wyeliminowaniu ich korelacji z intymnością i zobowiązaniem, które również są powiązane z satysfakcją).

Źródło: Wojciszke (2002a).

Takiej trójskładnikowej struktury miłości dowodzą analizy czynnikowe kwestionariuszy, za pomocą których badani ludzie opisują swoje uczucia w bliskim związku. Badania zarówno polskie (Wojciszke, 1995), jak i amerykańskie (Aron, Westbay, 1996) dowodzą, że uczucia te układają się w trzy wiązki. Jak mowa o tym dalej, namiętność, choć jest najsilniejszym z uczuć składających się na miłość, jest też najmniej trwała i najszybciej w związku zanika. Szkoda. Jednak pewnym pocieszeniem może być fakt, że namiętność nie jest faktycznie związana z satysfakcją ze związku. Jak pokazuje rysunek 8.3, związek namiętności z satysfakcją jest pozorny i wynika z tego, że oba te składniki miłości są skorelowane z intymnością. Kiedy wyeliminować to powiązanie za pomocą pewnych zabiegów statystycznych, okazuje się, że tylko intymność jest silnie powiązana z satysfakcją. Dotyczy to również innych wskaźników dobroci związku - np. przekonania o tym, że jest on sprawiedliwy, a także stopnia konstruktywności własnych reakcji na wielkość niezadowolenia ze związku (o czym mowa nieco dalej).

8.3.3. Dynamika bliskiego związku

Jeśli przyjąć opisane wyżej zróżnicowanie przemian intymności, namiętności i zobowiązania oraz założyć, że wszystkie te składniki miłości zaczynają się w tym samym momencie, to wynika z tego sześciofazowa koncepcja dynamiki całego bliskiego związku dwojga ludzi (Wojciszke, 1993; 2002a). Koncepcja ta przyjmuje istnienie pewnego progowego, krytycznego natężenia każdego ze składników, które na rysunku 8.4 wyraża pozioma „gruba kreska”. Jeżeli natężenie danego składnika znajduje się poniżej tej wartości, składnika tego jeszcze „nie ma”, to znaczy nie liczy się on przy orzekaniu o ogólnym charakterze związku. Jeżeli natężenie składnika przekracza tę wartość i jest ponad kreską, składnik ten „jest”, to znaczy występuje on w związku jako jego istotna właściwość.

Jeżeli wszystkie trzy składniki miłości zaczynają się rozwijać równocześnie (jak to ilustruje rys. 8.4), to pierwszą fazą miłości jest **z a k o c h a n i e**, bowiem namiętność jako składnik najszybciej przybierający na sile pojawi się początkowo jako dominująca i jedyna cecha całego uczucia. Taka miłość od „pierwszego wejrzenia” wydaje się najbardziej typowa w naszej kulturze (około 50% młodych ludzi twierdzi, że przeżyło ją co najmniej raz - Averill, Boothroyd, 1977), choć zapewne możliwa jest także miłość wyrastająca z przyjaźni (kiedy namiętność wyrasta z uprzedniej intymności), czy nawet z narzuconego z zewnątrz zobowiązania, jak to jest w przypadku małżeństw aranżowanych, np. przez rodziny.

Nawiązując do tezy Schachter (1964), że każda emocja składa się z fizjologicznego pobudzenia i jego subiektywnej interpretacji, Berscheid i Walster (1974) sformułowały dwuczynnikową koncepcję miłości namiętnej (zakochania). Wyjaśnia ona powstanie namiętności jako rezultat sytuacji,

w której człowiek (1) przeżywa silne pobudzenie emocjonalne i (2) interpretuje je jako wynik własnej miłości do partnera. Prowokacyjność tej idei polega na tym, że pobudzenie konieczne dla przeżycia namiętności do partnera wcale nie musi być faktycznie przez owego partnera wywołane. Przeciwnie, może zostać ono przeniesione z dowolnego innego czynnika, jeżeli tylko powoduje wzrost fizjologicznego napięcia, a człowiek z jakichś względów nie w nim upatruje przyczynę owego wzrostu.

Wskazują na to badania, w których do samotnych mężczyzn przechodzących przez most zbliżała się pewna dziewczyna z prośbą o udział w krótkim badaniu psychologicznym. Do badań wybrano jedną piękną dziewczynę i dwa mosty: betonowy most biegnący 3 metry nad lustrem spokojnej wody i drugi, wiszący 7 metrów nad górskim strumieniem i kołyszący się przy każdym kroku. Autorzy (Dutton, Aron, 1974) założyli, że przechodzenie przez pierwszy most nie będzie miało żadnych szczególnych następstw, natomiast przechodzenie przez drugi wywoła u badanych mężczyzn strach. Mężczyzna bać się jednak nie powinien, a przynajmniej jest mu nieprzyjemnie przyznać się do tego nawet przed samym sobą. Mężczyźni schodzący z takiego bujającego się nad przepaścią mostu najchętniej przypisałiby więc przyspieszone bicie serca i spotniałe dłonie jakiemuś czynnikowi bardziej godnemu prawdziwego mężczyzny niż strach. Na przykład zapierającemu dech w piersiach widokowi pięknych gór, albo -jeszcze lepiej - pięknej kobiety. Rozumiejąc te męskie pragnienia, autorzy ustawili za mostem piękną badaczkę. By zaś sprawdzić, czy przyspieszone strachem bicie serca jest przez badanych interpretowane jako nieoczekiwany przypływ uczuć do pięknej badaczki, prosiła ich ona o wymyślenie historyjki opisującej scenę przedstawioną na dość niejasnym obrazku, który im wręczała. Okazało się, że skojarzenia mężczyzn schodzących z niebezpiecznego mostu bardziej były nasycone treściami erotycznymi, niż mężczyzn schodzących z mostu bezpiecznego. Dziewczyna zostawiała też swój numer telefonu „na wypadek, gdyby chcieli dowiedzieć się czegoś bliższego o wynikach badania”. Spośród mężczyzn schodzących z niebezpiecznego mostu, niemalże co drugi zadzwonił potem do dziewczyny. Jednak wśród mężczyzn schodzących z mostu bezpiecznego, tylko co dziesiąty wykazał równie silne zainteresowanie „wynikami badania”. Dodać należy, że żadnej z tych różnic nie stwierdzono, kiedy badanie przeprowadzał mężczyzna, a większość badanych nie chciała nawet wziąć jego numeru telefonu!

Pożywką namiętności może być nie tylko strach, ale także pobudzenie wynikające z uczuciowo neutralnego wysiłku fizycznego, przeszkód, np. ze strony rodziców sprzeciwiających się związkowi swoich dzieci, a także z emocji pozytywnych, jak pobudzenie erotyczne czy rozweselenie. Zasada jest zawsze taka sama: jakiś czynnik wywołuje silne pobudzenie (negatywne, pozytywne, lub neutralne), które zalega jeszcze przez pewien czas w organizmie, ponieważ regulowane jest ono przez autonomiczny układ nerwowy.

Jeżeli w tym czasie pojawi się potencjalny partner, to resztowe pobudzenie zalegające po poprzedniej sytuacji może nasilać emocje przeżywane w stosunku do tego partnera. Zjawiska tego dowodzi około 20 bardzo różnych badań (Foster in., 1998), a wyjaśnia teoria przesunięcia pobudzenia emocjonalnego (por. *KONCEPCJA 10*).

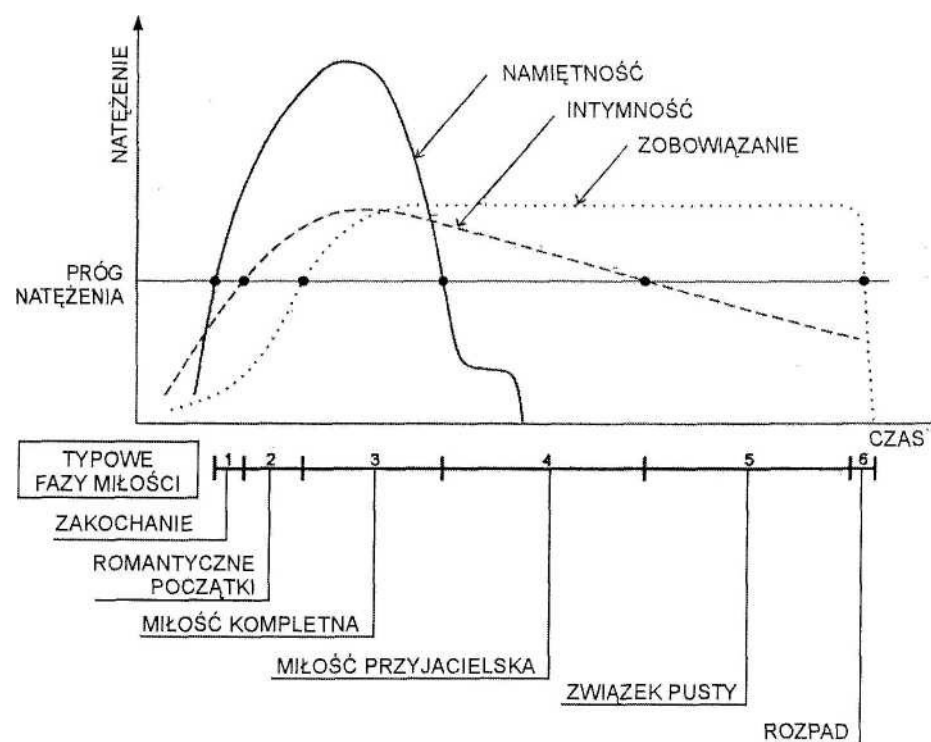
Namiętność oznacza pragnienie możliwie najczęstszych i najbliższych kontaktów z ukochaną osobą. Jeżeli więc zakochanie spotyka się z wzajemnością, a przynajmniej nie zostanie odrzucone przez partnera, naturalną konsekwencją coraz częstszych kontaktów jest rozwój intymności, której natężenie wykracza „ponad kreskę”, a związek wchodzi w fazę romantycznych początków.

Istotnym elementem rozwoju intymności w tej fazie jest budowa zaufania. Jest ono uogólnionym oczekiwaniem, że partner będzie starał się troszczyć o nasze dobro i zaspokajać nasze potrzeby tak teraz, jak i w przyszłości. Warunkiem koniecznym zaufania jest nabranie przekonania o prawdziwości i zachowań partnera. Partner, po którym nie wiadomo czego się spodziewać, budzi bowiem niepewność, lęk i nieufność. Krok następny, to wyjście poza samo zachowanie w kierunku ustalenia pewnych cech partnera, które ukrywają się za jego zachowaniem i sprawiają, że jest on godzien zaufania. A więc stwierdzenie, że partner jest człowiekiem odpowiedzialnym, nieegoistycznym i ogólnie rzecz biorąc „dobrym”. Jednakże nawet partner obdarzony tymi cnotami nie musi budzić ufności co do perspektyw naszego z nim związku, dopóki nie nabierzemy przekonania, że sam skłonny jest troszczyć się o ów związek i zastosować doń wszystkie te swoje cnoty. Dopiero pojawienie się owej wiary w przywiązanie partnera jest zwińczeniem procesu budowy zaufania. Jednak troskliwość partnera budzi nasze do niego zaufanie tylko wtedy, kiedy uważamy, że chodzi mu głównie o dobro nasze, nie zaś o dobra, które on uzyskuje dzięki związkowi z nami, jak wykazali Rempel i in. (1985). Zaufanie zależy więc od tego, czy troska przejawiana przez partnera jest bezwarunkowa i motywowana tylko jego uczuciem, niezależnie od wszelkich zysków, jakich jesteśmy mu w stanie dostarczyć.

Najbardziej dobroczynną konsekwencją zaufania do partnera jest skłonność do stałego stosowania zasady domniemania dobrych intencji[^] w stosunku do tego, co on mówi i robi. Oznacza to interpretowanie zachowań partnera w sposób nie podważający podstawowego założenia, że mu na nas zależy. Założenie owo ma ten dobry skutek, że zachowania wieloznaczne, które nie są ani wyraźnie dobre, ani wyraźnie złe (a takich jest przecież najwięcej na co dzień) również widziane są jako dalsze dowody przywiązania i troski partnera, umacniając nasze wyjściowe założenie o jego miłości. Przeciwnie jest w przypadku osób obdarzających partnera zaufaniem niewielkim (Holmes, Rempel, 1989).

Silnie nagradzające połączenie gwałtownych rozkoszy namiętności z łagodnymi urokami intymności wzbudza tendencję do utrzymania i rozbudowy

Rysunek 8.4, Zróżnicowanie dynamiki intymności, namiętności i zobowiązania i wynikające z niego typowe następstwo faz związku miłosnego rozpoczynającego się miłością od pierwszego wejrzenia



1 - zakochanie; 2 - romantyczne początki; 3 - związek kompletny; 4 - związek przyjacielski; 5 - związek pusty; 6 - rozpad związku. Źródło: Wojciszke (2002a).

związku. W rezultacie pojawia się decyzja partnerów o zaangażowaniu w utrwalenie związku, który tym samym wchodzi w fazę związku kompletnego. Jego podstawową własnością jest współzależność partnerów: to co czuje, myśli, robi i uzyskuje w wyniku swoich działań jedno z nich zależy od tego co czuje, myśli i robi drugie. Jak daleko sięga ta współzależność pokazuje fakt, że w trakcie długotrwałego pożycia twarze partnerów upodabniają się do siebie i to tym bardziej, im bardziej udane jest ich pożycie (Zajonc i in., 1987). Małżonkowie, którzy częściej współbrzmiają emocjonalnie, zarówno bardziej się do siebie upodabniają (długotrwałe przeżywania podobnych emocji prowadzi do upodobnienia się wyrazu ich twarzy), jak i bardziej są ze swego związku zadowoleni (podzielanie emocji sprzyja satysfakcji z małżeństwa).

Choć współzależność niesie pewne zagrożenia dla partnerów, jej ogólny wpływ na ich losy jest dobroczynny. Wskazują na to dziesiątki badań posługujących się bardzo różnymi wskaźnikami dobrostanu. Np. według

danych brytyjskich, zapadalność na choroby psychiczne (mierzona liczbą przyjęć do szpitali psychiatrycznych na 100 tys. mieszkańców) wynosi jedynie 260 dla osób pozostających w małżeństwie, zaś 770 dla osób samotnych, 980 dla owdowiałych i aż 1437 dla osób rozwiedzionych (Cochrane, 1988). Izraelskie studium nad tysiącami mężczyzn badanymi dwukrotnie w 5-letnim odstępie wykazało, że konflikty w rodzinie zwiększały, zaś kochająca i wspierająca małżonka obniżała ryzyko zapadalności na *anginę pectoris* (Medalie, Goldbourt, 1976). Wyniki te wskazują, że wsparcie społeczne, szczególnie ze strony partnera bliskiego związku, spełnia funkcję bufora chroniącego przed stresem (Cohen, Wills, 1985). Co ciekawe, najbardziej przy tym liczą się akty wsparcia niewidzialne dla wspieranej osoby - prowadzone metodą dzienniczków badania z udziałem małżeństw wykazują, że wiele poważnych aktów wsparcia relacjonowanych przez partnera wspierającego nie jest odnotowywana przez partnera wspieranego, zapewne dlatego, że są zagrażające dla samooceny, jak wiele aktów pomocy (por. rozdz. 9.3). Niemniej to właśnie te „niewidzialne” czy subtelne akty wsparcia najskuteczniej chronią odbiorcę przed stresem (Bolger, Zuckerman, Kessler, 2000).

Zdolność partnera do udzielania nam wsparcia zależy przede wszystkim od jego empatii. Empatia rozumiana czy to jako bieżący stan, czy to jako stała cecha jest zjawiskiem niejednorodnym i oznaczać może trzy dość różne i niezależne od siebie zjawiska (Davis, Kraus, 1991). Po pierwsze, przyjmowanie cudzego punktu widzenia i patrzenie na sprawy z cudzej perspektywy - rozumienie tego, jak rozumie sytuację partner, jakie są jego myśli, zamiary i uczucia. W bliskim związku bywa to trudne emocjonalnie, ponieważ przyjęcie cudzego punktu widzenia wymaga zawieszenia własnej perspektywy, o której często myślimy, że jest ona jedynie słuszna i „prawdziwa”. Po drugie, empatia oznacza też ciepłe, emocjonalne współbrzmienie - współczucie dla partnera znajdującego się w jakimś kłopotcie. Współczucie jest emocją własną, choć skierowaną na innego człowieka - odczuwaną z jego powodu i w jego sprawie. Po trzecie wreszcie, empatia oznacza własne cierpienie na widok innego człowieka znajdującego się w opresji. Podobnie jak współczucie, jest to nasza emocja, skierowana jednak na nas, nie zaś na znajdującego się w potrzebie człowieka.

Badania Davisa (1999) wskazują, że zarówno przyjmowanie cudzej perspektywy, jak i współczucie podwyższają satysfakcję z bliskiego związku. Skłonność do przyjmowania cudzego punktu widzenia pomniejsza bowiem egocentryzm (koncentrację na sobie i własnym sposobie rozumienia świata), a sprzyja trafnemu rozpoznaniu myśli, pragnień i uczuć partnera. Z kolei skłonność do reagowania współczuciem na nieszczęścia partnera jest równoznaczna z dostarczaniem mu wsparcia dzięki serdeczności, życzliwemu wysłuchaniu, zrozumieniu i pomocności. Co interesujące, trzeci składnik empatii, reagowanie własnym cierpieniem na opresję partnera, raczej obniża niż podnosi satysfakcję z bliskiego związku. Skłonność do reagowania

własnym cierpieniem wywiera bowiem egocentryzujący wpływ na funkcjonowanie człowieka. Miast przejmować się stanami partnera, przejmując się własnymi emocjami i może unikać własnego cierpienia nie przez udzielenie pomocy, lecz przez ucieczkę z sytuacji (por. rozdz. 9.3).

Związek kompletny jest nietrwałą fazą bliskiego związku, ponieważ kończy się wraz z zanikiem namiętności. Zaniku tego dowodzą liczne badania, zgodnie wskazujące na spadek częstości pożycia seksualnego w miarę trwania związku, a także spadek relacjonowanej przez partnerów namiętności (Cimbalo i in., 1976; Wojciszke, 2002a). Gdy pozostaną już tylko intymność i zaangażowanie, pojawia się miłość przyjacielska, najdłuższa spośród jeszcze zadowolających faz udanego związku dwojga ludzi. Przedłużenie tej fazy pozostaje w mocy obojga zainteresowanych, jeżeli tylko wykażą po temu odpowiednie chęci i umiejętności. Chęci wykazują prawie wszyscy, choć gorzej przedstawia się sprawa z umiejętnościami.

Jedną z nich to unikanie wielu pułapek zagrażających intymności: pułapka dobroczynności, bezkonfliktowości, obowiązku i sprawiedliwości, które są różnymi drogami pogarszania się jakości związku, a których jest ogólnie więcej niż dróg prowadzących do związku szczęśliwego (Wojciszke, 1993). Bowiem niewiele mamy sposobów przeżywania szczęścia, a bardzo wiele sposobów bycia nieszczęśliwym. Oczywiście nie wszystkie nieszczęśliwe związki ulegają rozpadowi. Zależy to m.in. od stylu reakcji partnerów na niezadowolenie, które dzieli się z jednej strony na konstruktywne bądź destruktywne, z drugiej zaś - na reakcje aktywne i bierne. Złożenie tych dwóch podziałów pozwala wyróżnić cztery strategie reagowania na niezadowolenie: wyjście, dialog, lojalność i zaniechanie (Rusbult i in., 1982).

- **W y j ś c i e** ze związku (reakcja aktywna i destruktywna) oznacza jego aktywne niszczenie - wycofanie się z kontaktów, izolowanie się lub atakowanie partnera, rozwód.
- **D i a l o g** (reakcja aktywna i konstruktywna), to podejmowanie prób usunięcia problemu i utrzymania związku w dobrym stanie - dyskusje nad problemem, proponowanie jego rozwiązań, poszukiwanie kompromisu, poszukiwanie pomocy na zewnątrz.
- **L o j a l n o ś ć** (reakcja bierna i konstruktywna), to cierpliwe przeczekanie problemu w nadziei, że „samo się jakoś ułoży”, trwanie przy partnerze, ignorowanie jego wad.
- **Z a n i e d b a n i e** (reakcja bierna i destruktywna) oznacza ignorowanie partnera, ograniczanie czasu z nim spędzanego, odmowę dyskusji, chłodne bądź nieprzyjemne traktowanie.

Badania Caryl Rusbult wskazują, że rodzaj reakcji na niezadowolenie zależy przede wszystkim od stanu związku łączącego partnerów. Duża satysfakcja ze związku i silne więzi zaangażowanie prowadzi do reagowania strategiami konstruktywnymi (Dialogiem i Lojalnością), a hamuje strategie destruktywne (Zaniechanie i Wyjście). Trzecim wyznacznikiem jest atrak-

cyjność alternatyw - jak dalece pociągający są inni partnerzy bądź życie w pojedynkę. Wysoka atrakcyjność alternatyw jest ogólnie słabiej związana z reakcjami na niezadowolenie, sprzyja jednak strategiom destruktywnym, w szczególności aktywnemu Wyjściu ze związku, hamuje zaś strategie

Z ŻYCIA 8.b Wpływ rozvodu rodziców na dobrostan dzieci

Rozwód jest zjawiskiem szkodliwym dla dzieci - negatywnie wpływa na ich zachowanie, przystosowanie psychiczne i społeczne, samoocenę, poziom osiągnięć szkolnych oraz siłę więzi z obojgiem rodziców. Przegląd 92 badań obejmujących łącznie ponad 13 tys. dzieci (Amato, Keith, 1991) przekonuje jednak, że większość tych różnic jest z reguły niewielka i zależą one od wieku dzieci w momencie rozvodu. Najbardziej szkodliwy jest rozwód dla dzieci w wieku szkolnym, mniej szkodliwy dla dzieci przedszkolnych, a najmniej szkodliwy dla dzieci będących już na studiach.

Szkodliwość rozvodu dla dzieci wyjaśniana jest na trzy sposoby. Po pierwsze, nieobecność jednego z rodziców jest szkodliwa dla dziecka, ponieważ oznacza ona brak ważnego wzorca socjalizacyjnego i spadek ogólnej ilości opieki uzyskiwanej przez dziecko. Jeżeli to wyjaśnienie byłoby trafne, to dzieci tracące jedno z rodziców z powodu śmierci powinny mieć się równie źle jak dzieci z małżeństw rozwiedzionych, zaś dzieci zyskujące rodzica przybranego w miejsce tego, który dom opuścił, powinny mieć się równie dobrze, jak dzieci z rodzin nietkniętych. Przegląd badań wskazuje, że śmierć rodzica powoduje pogorszenie różnych wskaźników funkcjonowania dziecka, jednak pogorszenie to jest mniejsze, niż w przypadku rozvodu. Pogorszenie funkcjonowania dzieci mieszkających z przybranym rodzicem jest równie duże, jak dzieci mieszkających tylko z jednym biologicznym rodzicem (ibidem): Tak więc, choć sama nieobecność jednego z rodziców jest powodem części negatywnych skutków rozvodu, nie jest to powód jedyny.

Drugim takim powodem jest pogorszenie finansowej sytuacji dzieci, co jest typową konsekwencją rozvodu mogącą ujemnie wpływać na zdrowie, możliwości wypoczynku czy wykształcenie dziecka. Jednak nawet (statystyczne) wytrącenie wpływu wywieranego na dobrostan dziecka przez finansową sytuację rodziny pozostawia ten dobrostan na niższym poziomie u dzieci z małżeństw rozwiedzionych niż nietkniętych. Pogorszenie sytuacji finansowej ma więc niewielki udział w obniżeniu dobrostanu dzieci dotkniętych rozводом.

Trzecim wreszcie powodem szkodliwości rozvodu jest konflikt między rodzicami przed i po rozwodzie. Wrogość i konflikty między rodzicami są źródłem stresu dla ich dzieci i osłabiają koordynację wysiłków wychowawczych. Takie wyjaśnienie każe oczekiwać, że istotny wpływ na funkcjonowanie dziecka wywiera nie tyle stan cywilny rodziców, ile poziom konfliktu między nimi. Wiele badań przekonuje, że choć najlepiej mają się dzieci ze szczęśliwych rodzin, w których oboje rodzice są obecni, najgorzej funkcjonują dzieci z rodzin, w których oboje rodzice są obecni, ale stale skłóceni. Dzieci z rodzin rozbitych lokują się pomiędzy tymi dwoma grupami i zwykle bliżej dzieci z rodzin szczęśliwych. Pogorszenie funkcjonowania dzieci słabnie wraz ze słabnięciem konfliktu między nawet rozwiedzionymi rodzicami.

Tak więc ogólnie rzecz biorąc, najważniejszą przyczyną pogorszenia funkcjonowania dzieci jest konflikt między rodzicami. Przy tym istotne znaczenie może mieć nie tyle sam rozwód ile to, jak dalece rodzice są w stanie wyzbyć się wzajemnej wrogości, wciągania dziecka we własne konflikty i ewentualnie współpracować ze sobą w wychowywaniu dzieci pomimo swego rozstania (Raschke, 1987).

konstruktywne, w szczególności Lojalność. Badania na próbach polskich wskazują, że reakcje konstruktywne są częstsze od destruktywnych, szczególnie w trzech najbardziej satysfakcjonujących fazach związku (romantycznych początkach, miłości kompletnej i przyjacielskiej - Wojciszke, 2002a).

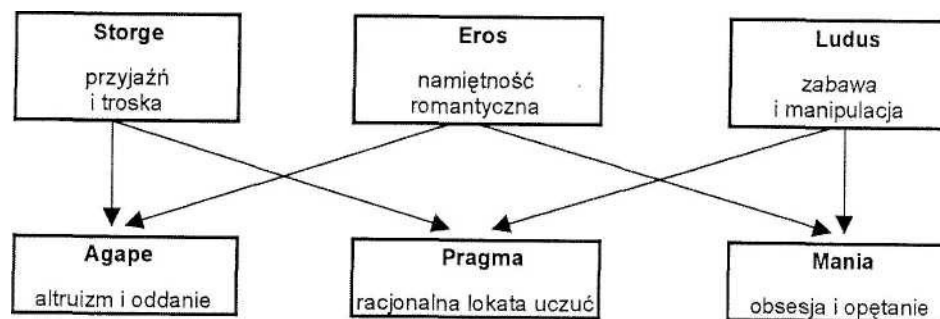
Zanik intymności doprowadza miłość do fazy związku pustego, którego jedynym znaczącym elementem jest zobowiązanie. Poziom satysfakcji jest w tej fazie bardzo niski (ibidem), choć liczne związki tego typu trwają nadal z różnych względów, takich jak samopodtrzymujący się charakter zaangażowania w działanie i pułapka utopionych kosztów (por. rozdz. 7.2), brak atrakcyjniejszych alternatyw oraz przeszkody utrudniające opuszczenie związku (wyznawane normy, poczucie odpowiedzialności za dzieci, bariery prawne). Wreszcie, jeżeli partnerzy wycofają nawet zobowiązanie, związek wchodzi w fazę ostatnią - fazę rozpadu. O tych dwóch ostatnich fazach wiemy niewiele.

Omówione etapy związku nie składają się w żadnym sensie na to, co być powinno, ani co być musi, lecz jedynie na pewien teoretyczny model dynamiki bliskiego związku. Koncepcja ta nasuwa istotny wniosek; przemiany miłości są nieuchronnie wpisane w samą jej istotę. Gdy miłość się zmienia, nie znaczy to ani że jest nieprawdziwa, ani że partnerzy nie potrafią kochać. Miłość zmienia się po prostu dlatego, że taka jest jej natura, czyli zróżnicowanie dynamiki jej składników.

8.3.4. Rodzaje miłości

Różni autorzy przedstawiali klasyfikacje miłości wyodrębniające od 2 do 18 typów miłości, we wszystkich obecne jest klasyczne dla naszej kultury (występujące już u starożytnych Greków) rozróżnienie pomiędzy Eros (miłością namiętną i romantyczną) a Storgē (łagodną miłością przyjacielską, opierającą się na intymności). Socjolog John Lee (1973) założył, że obok tych dwóch istnieje w naszej kulturze jeszcze trzeci archetyp miłości

Rysunek 8.5. Sześć typów miłości: trzy podstawowe (archetypy, na górze rysunku) i trzy pochodne (mieszanki, na dole rysunku) oraz ich wzajemne relacje



Źródło: według koncepcji Lee (1973).

- **L u d u s** - miłość traktowana jako gra i zabawa niepozbawiona elementów manipulacji partnerem. Ponadto założył istnienie trzech pochodnych rodzajów miłości, z których każdy jest mieszanką dwóch archetypów. Jak ilustruje rysunek 8.5, są to **A g a p e** (mieszanka Storge i Eros), czyli pełna samopoświęcenia i wyrzeczenia się własnego ja miłość altruistyczna; **P r a g m a** (mieszanka Storge i Ludus), czyli miłość praktyczna kierująca się świadomym rozpoznaniem zalet i wad partnera oraz tego, jak się one mają do naszego interesu; wreszcie **M a n i a** (połączenie Eros i Ludus), czyli miłość obsesyjna - opętanie partnerem i własnym doń uczuciem.

Clyde Hendrick i Susan Hendrick (1986; 1987) skonstruowali kwestionariusz mierzący owe sześć typów miłości, pokazując, że są one faktycznie odrębne i odmiennie powiązane z wieloma innym zmiennymi. Badania te pokazały, że:

- Storge to przeżywanie miłości jako uczucia spokojnego, łagodnego i kojącego. Wiąże się z dużym natężeniem intymności i troski o partnera.
- Eros to przeżywanie miłości jako namiętnej fascynacji kochaną osobą, do której odczuwana jest również silna intymność i zobowiązanie. Skłonność do takiego przeżywania miłości jest związana z bezpiecznym stylem przywiązania.
- Ludus to przeżywanie miłości jako zabawy, której silne zaangażowanie emocjonalne w partnera raczej przeszkadza niż pomaga. Skłonność do takiego przeżywania miłości negatywnie koreluje ze wszystkimi trzema składnikami wyróżnionymi przez Sternberga, nasilona jest u osób o unikającym stylu przywiązania i współwystępuje z dużym poziomem konfliktu między partnerami.
- Agape to przeżywanie miłości jako całkowitego oddania się partnerowi - bezinteresowne, trwałe, pełne niewyczerpanej troski i cierpliwości. Silnie wiąże się ze zobowiązaniem i intymnością, poświęceniem własnych interesów i niskim poziomem konfliktu. Skłonność do takiego przeżywania miłości jest bardziej charakterystyczna dla osób o bezpiecznym stylu przywiązania.
- Pragma to miłość z rozsądku, przeżywana jako racjonalnie uzasadniona lokata uczuć. Zawiera element chłodnego kalkulowania własnych interesów, ale uwzględnia też i interes partnera. Nie wiąże się ani dodatnio, ani ujemnie z trzema składnikami miłości.
- Mania to miłość obsesyjna, dla Greków - „boskie szaleństwo” (*theia mania*). Tej skłonności do całkowitego, natrętnego pochłonięcia partnerem (a raczej własnymi do niego uczuciami) towarzyszy oczywiście wzrost namiętności, ale nie intymności i zobowiązania czy satysfakcji ze związku. Skłonność do miłości tego typu jest nasilona u osób o nerwowo-ambiwalentnym stylu przywiązania.

8.4. PODSUMOWANIE

Jedyną koncepcją mogącą pretendować do miana ogólnej teorii atrakcyjności jest teoria kar i nagród. Zakłada ona, że sympatia do innego człowieka jest efektem bilansu skojarzonych z nim zysków (nagród) i strat (kar). Jednak słabością tej teorii jest trudność przewidzenia, jakie czynniki faktycznie oddziałują jako kary i nagrody w złożonych sytuacjach społecznych. Inne teorie (np. zgodności poznawczej) wyjaśniają oddziaływanie tylko niektórych wyznaczników atrakcyjności. Najważniejsze wyznaczniki atrakcyjności, to: częstość kontaktów z inną osobą, jej zalety, atrakcyjność fizyczna, podobieństwa do nas oraz przysługi, komplementy i inne zachowania wiążące. Jednak każdy z tych czynników podnosi atrakcyjność człowieka jedynie w pewnych warunkach. Wbrew potocznemu przekonaniu atrakcyjność nie zależy od komplementarności potrzeb.

Jakościowo różnym i bardziej skomplikowanym od atrakcyjności zjawiskiem jest miłość. Składają się na nią intymność, namiętność i zobowiązanie, a każdy z tych składników ma specyficzną, sobie tylko właściwą dynamikę. Wynika z tego dynamika całego bliskiego związku opierającego się na miłości, w którego rozwoju można wskazać szereg typowych faz. Są to: zakochanie (tylko namiętność), romantyczne początki (namiętność i intymność), związek kompletny (namiętność, intymność i zaangażowanie), związek przyjacielski (intymność i zaangażowanie) oraz związek pusty (samo zaangażowanie).

KONCEPCJA 8 Teoria równowagi poznawczej

Sformułowana przez Fritza Heidera (1958), teoria ta opisuje organizację, genezę i zmianę postaw, także interpersonalnych. Była ona chronologicznie pierwszą koncepcją zgodności poznawczej i jak wszystkie teorie tego nurtu przyjmuje założenie, że człowiek dąży do wewnętrznej zgodności swoich poglądów, postawi zachowań. Uzgadnianie (równoważone) są jednak nie wszystkie poglądy, lecz jedynie dotyczące obiektów tworzących tę samą jednostkę poznawczą. Typową jednostką jest układ P-O-X, gdzie P oznacza podmiot, tj. osobę, z punktu widzenia której cała sytuacja jest rozważana, O - inną osobę, zaś X oznacza jakiś obiekt (bądź trzecią osobę). Załóżmy przykładowo, że P to Paweł, O to Olaf, zaś X to związek zawodowy.

Obiekty tworzące tę samą jednostkę poznawczą połączone mogą być relacjami albo jednostkowymi (tworzącymi jednostkę), albo afektywnymi (dotyczącymi uczuć). Relacja jednostkowa występuje pomiędzy obiektami czy osobami wtedy, kiedy są one spostrzegane jako wzajemnie do siebie przynależące na mocy sprawstwa (np. Paweł założył związek zawodowy), podobieństwa (Paweł i Olaf są aktywistami związkowymi), bliskości, współwystępowania, pomagania sobie, czy nawet stosunku własności (posiadacz i posiadany przezeń obiekt). Relacja jednostkowa występuje więc zawsze wtedy, kiedy dwa czy więcej obiekty tworzą wspólnie „figurę na tle” innych osób czy obiektów niewchodzących w skład danej jednostki. Relacja afektywna ma miejsce wtedy, kiedy osoba wchodząca w skład rozważanej jednostki obdarza ją kimś uczuciami któryś z pozostałych ele-

mentów jednostki. Może ona być dodatnia (np. Olaf ceni związki zawodowe) lub ujemna (np. Paweł nie znosi Olafa). Odróżniają to od relacji jednostkowej, która albo jest dodatnia (osoby czy obiekty są spostrzegane jako przynależące do siebie), albo wcale jej nie ma (dane obiekty nie tworzą jednostki poznawczej). Poza tą różnicą relacje jednostkowe i afektywne mają podobne własności i są psychologicznie zastępowalne.

Oba typy relacji są symetryczne. Jeżeli P jest połączone jakąś relacją jednostkową z O, to O połączone jest tą samą relacją z P (jeżeli Paweł jest sąsiadem Olafa, to Olaf jest oczywiście i sąsiadem Pawła). Symetryczność relacji afektywnych wynika ze spostrzegania ich przez ludzi jako takich - jeżeli Paweł lubi Olafa, zakładamy z reguły, że i Olaf lubi Pawła (McNeel, Messick, 1970). Relacje jednostkowe i dodatnie relacje afektywne są ponadto przechodnie. Jeżeli wiemy, że Paweł często spotyka się z Olafem (albo go lubi), zaś Olaf często spotyka (lub lubi) Ryśka, jesteśmy skłonni zakładać, że tak samo wyglądają i stosunki między Pawłem i Ryśkiem, że często się spotykają lub lubią się nawzajem. Natomiast negatywne relacje afektywne są kontrprzechodnie - jeżeli wiemy, że Paweł nie znosi Olafa, a Olaf nie znosi Ryśka, to sądzimy, że Paweł raczej lubi Ryśka.

Oba typy relacji wpływają też na siebie w taki sposób, że:

(a) pozytywna relacja afektywna między jakimiś elementami wzbudza tendencję do ich połączenia relacją jednostkową (jeżeli Paweł polubił Olafa, będzie starał się z nim spotykać, realizować wspólne cele itp.);

(b) negatywna relacja afektywna między elementami wywołuje tendencję do przerwania jednostkowej relacji między nimi (jeżeli Paweł nie znosi Olafa, stara się z nim nie spotykać, nie być podobnym do niego itp.);

(c) relacja jednostkowa między elementami wzbudza tendencję do ich połączenia pozytywną relacją afektywną (jeżeli Paweł często spotyka Olafa, to zaczyna go lubić).

Wzajemny wpływ obu typów relacji na siebie sprawia, że jednostka poznawcza może być zrównoważona (kiedy oba typy relacji do siebie pasują) albo niezrównoważona (różne relacje nie pasują do siebie). Nierównowaga wzbudza automatycznie tendencję do jej przywrócenia, a więc zmiany jakiejś relacji tak, aby ją dopasować do pozostałych. Stan równowagi i nierównowagi ilustruje rys. 8.6. Nasza przykładowa jednostka P-O-X będzie w równowadze, jeżeli Paweł lubi Olafa i obaj albo cenią, albo odrzucają związki zawodowe. Jednostka ta będzie w nierównowadze, jeżeli Paweł lubi Olafa, ale mają odmienny stosunek do związków zawodowych. Równowaga będzie przywrócona, jeżeli Paweł przestanie się przyjaźnić z Olafem, albo sam zacznie lubić związki, albo nakłoni Olafa do wystąpienia ze związku.

Zrównoważone i niezrównoważone jednostki poznawcze P-O-X (np. Paweł-Olaf-związek zawodowy). Wszystkie jednostki widziane są z perspektywy P, plusy oznaczają albo relację jednostkową, albo pozytywną relację afektywną, minus oznacza negatywną relację afektywną. Jednostki zrównoważone zawierają zawsze parzystą liczbę relacji ujemnych (lub ich brak), jednostki niezrównoważone zawierają nieparzystą liczbę takich relacji.

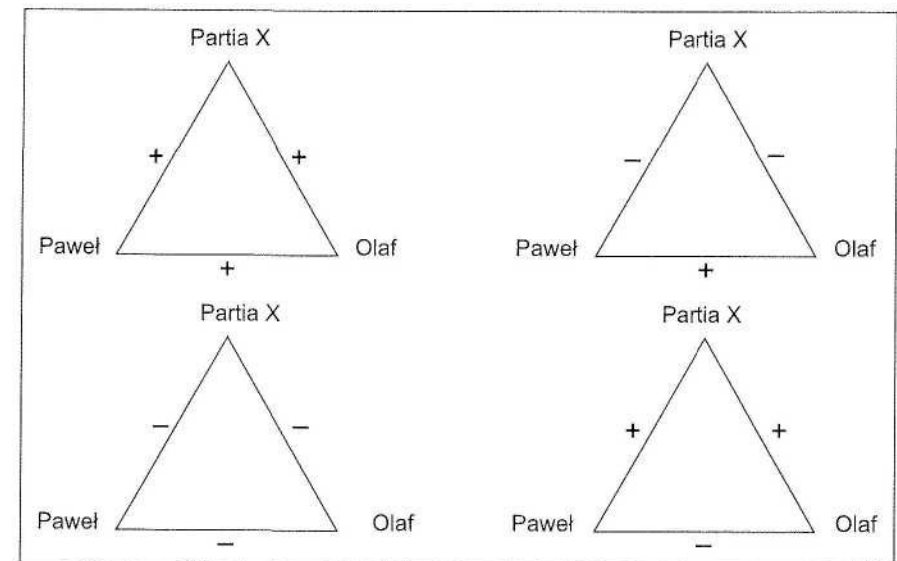
Ponieważ w roli relacji jednostkowej i afektywnej może występować wiele różnych związków typu osoba-osoba, osoba-przedmiot, czy przedmiot-przedmiot, teoria Heidera odnosi się do bardzo szerokiego zakresu zjawisk. Tym bardziej, że oprócz przykładowo rozważanej jednostki zawierającej trzy elementy, możliwe są także jednostki o dowolnej liczbie elementów. Teoria wyjaśnia m.in. to, że:

- lubimy ludzi podobnych do nas, często spotykanych, którym wyrządziliśmy przysługę, którzy nas lubią;
- lubimy należące do nas przedmioty tylko z tego powodu, że je posiadamy (nawet litera rozpoczynająca nasze imię bardziej się nam podoba od pozostałych liter alfabetu - Nuttin, 1987);
- lubimy często spotykane przedmioty tylko z powodu ich spotykania;

- rzeczywiste sympatie-antypatie wśród ludzi układają się zgodnie z zasadami równoważenia jednostek poznawczych (częściej niż wynikałoby to z przypadku) i jeszcze częściej są spostrzegane w ten sposób przez ludzi;
- przewidując nieznane sobie sympatie-antypatie w grupie ludzi, przewidujemy je zgodnie z zasadami równoważenia jednostek poznawczych (tj. z poszanowaniem symetrii i przechodniości relacji), a układy zrównoważone dostrzegamy jako bardziej harmonijne i trwalsze. Każdą z tych prawidłowości potwierdzają wyniki badań empirycznych (por. Crockett, 1982). Ten szeroki zakres zastosowań teorii równowagi jest jednak osiągnięty kosztem spadku jej precyzji. Przede wszystkim teoria sprowadza wszystkie

relacje do prostej dychotomii „jest - nie ma”, choć to oczywiste, że relacje różnią się też i siłą. Do pewnych sytuacji teoria równowagi się nie stosuje, choć nie wiadomo, jak te sytuacje określić (np. jeżeli Paweł i Olaf kochają się w tej samej Marysi, to trudno przewidywać wzrost ich wzajemnej sympatii z tego właśnie powodu). Wreszcie, choć każda jednostka może zostać zrównoważona na kilka różnych sposobów, teoria Heidera nie zawiera żadnych twierdzeń pozwalających przewidywać, który z możliwych sposobów zrównoważenia zostanie faktycznie wybrany (notabene może to zależać właśnie od ignorowanej przez teorię siły relacji - najsłabsze relacje powinny najłatwiej ulegać zmianie).

Rysunek 8.6. Zrównoważone i niezrównoważone jednostki poznawcze P-O-X (np. Paweł-Olaf-związek zawodowy)



Wszystkie jednostki widziane są z perspektywy P, plusy oznaczają albo relację jednostkową, albo pozytywną relację afektywną, minus oznacza negatywną relację afektywną. Jednostki zrównoważone zawierają zawsze parzystą liczbę relacji ujemnych (lub ich brak), jednostki niezrównoważone zawierają nieparzystą liczbę takich relacji.

Źródło: na podstawie koncepcji Heidera (1958).

Podstawowe pojęcia

- afektywno-wzmocnieniowy model atrakcyjności
- atrakcyjność interpersonalna
- dwuczynnikowa teoria miłości
- efekt aureoli
- empatia
- fazy miłości
 - zakochanie
 - romantyczne początki
 - związek kompletny
 - miłość przyjacielska
 - związek pusty
 - rozpad
- intymność
- komplementarność potrzeb
- namiętność
- przywiązanie
 - bezpieczny styl przywiązania
 - nerwowo-ambiwalentny styl przywiązania
 - unikający styl przywiązania
- reakcje na niezadowolenie
 - dialog
 - lojalność
 - zaniedbanie
 - wyjście
- responsywność
- teoria równowagi poznawczej
- trójskładnikowa teoria miłości
- wsparcie społeczne
- współzależność
- zachowania wiążące
- zaufanie
- zgodność poznawcza
- złudzenie „piękne jest dobre”
- zobowiązanie

Literatura zalecana

- Buss D.M. (1996). *Ewolucja pożądania. Jak ludzie dobierają się w pary* (przekł. B. Wojciszke). Gdańsk: Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne.
- Davis M.H. (1999). *Empatia. O umiejętności współodczuwania* (przekł. J. Kubiak). Gdańsk: Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne.
- Wojciszke B. (1993). *Psychologia miłości*. Gdańsk: Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne.

POMOCNOŚĆ I PROSPOŁECZNOŚĆ

Zachowanie pomocne to działanie ukierunkowane na spowodowanie jakiejś korzyści innego człowieka. Może ona mieć charakter materialny (oferowanie datku, pomoc w wykonaniu zadania), biologiczny (dawanie własnej krwi) lub psychiczny (wsparcie emocjonalne w nieszczęściu). Pojęciem nieco ogólniejszym od pomagania jest prospołeczność rozumiana jako działania ukierunkowane na korzyści pozasobiste - dobro innych ludzi, społeczności lub ogółu (nawet jeżeli korzyści nie odnosi jakaś konkretna jednostka), np. troska o środowisko naturalne. Pojęciem mniej ogólnym od pomagania jest altruizm pojmowany zwykle jako szczególny rodzaj zachowania pomocnego, który albo nie przynosi żadnych korzyści samemu sprawcy, albo wręcz przynosi mu straty. Altruizm jest więc zachowaniem przynoszącym korzyści innym, ale pod nieobecność motywacji egoistycznej. Jednak taką motywację zwykle trudno wykluczyć, ponieważ wiele korzyści egoistycznych ma charakter nieobserwowalny, jak np. wzrost dobrego mniemania o sobie albo wzrost nastroju dzięki udzieleniu pomocy. W praktyce trudno więc decydować, które zachowania pomocne zasługują na miano altruistycznych, stąd psychologowie chętniej mówią o zachowaniach pomocnych, czy też prospołecznych, niż altruistycznych.

9.1. SKĄD BIERZE SIE DOBRO: TEORIE POMOCNOŚCI

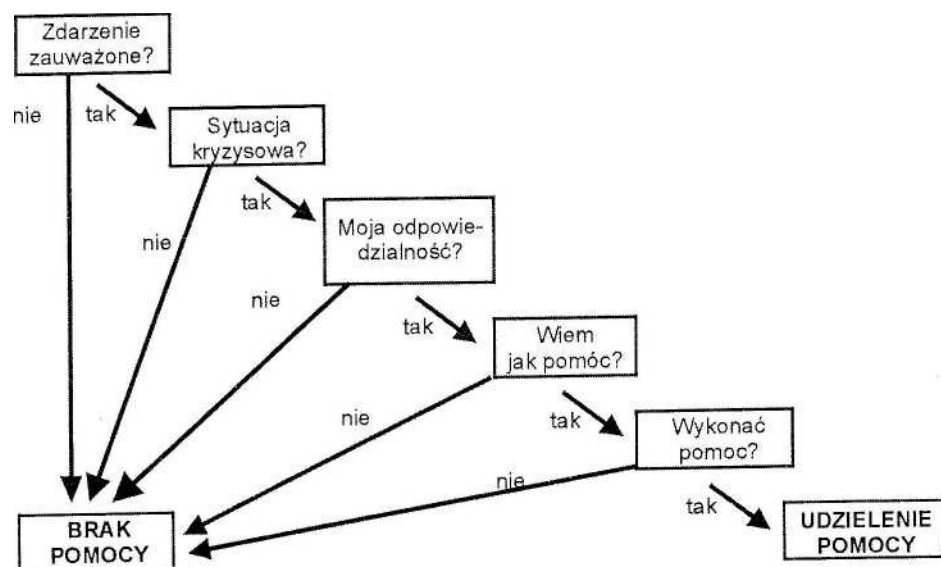
Większość teorii pomocności sformułowano, aby wyjaśnić skłonności do pomagania lub zaniechania pomocy w sytuacji kryzysowej, szczególnie w sytuacji nagłego wypadku, któremu ulega nieznajoma osoba. Niektóre z tych koncepcji można jednak uogólniać również na inne rodzaje pomocności, takie jak wspieranie rodziny i przyjaciół.

9.1.1. Decyzyjny model interwencji kryzysowej

Wyobraźmy sobie taką sytuację: idąc dość zatłoczoną ulicą w dużym mieście dostrzegamy leżącego pod ścianą domu mężczyznę w średnim wieku. Ma przymknięte oczy, wyraźne i świeże zadrapania na głowie, ma porządne

ubranie, choć jego garnitur jest uwalany błotem. Jak postąpić? Podejść do mężczyzny, aby się zorientować, czy jest mu potrzebna pomoc? Czy raczej przyspieszyć kroku lub przejść na drugą stronę chodnika? Gdy ludzi spytać, co w takiej sytuacji robią, większość odpowie, że podejść do mężczyzny, by mu pomóc. Gdy przyjrzeć się, co ludzie faktycznie robią, większość wyminie mężczyznę i pójdzie dalej. Koncepcja przedstawiona na rysunku 9.1. wyjaśnia, że udzielenie pomocy w takiej sytuacji wymaga spełnienia aż pięciu warunków, podczas gdy do zaniechania pomocy wystarcza brak spełnienia zaledwie jednego warunku.

Rysunek 9.1. Decyzyjny model interwencji w sytuacji kryzysowej



Adaptacja wg modelu Łatanego i Darleya (1970).

Pierwszy warunek polega oczywiście na tym, by zdarzenie w ogóle zauważyć. Na zatłoczonej ulicy możemy takiego leżącego mężczyzny nie dostrzec albo dosłownie, albo odwrócić czym prędzej wzrok, by „nie dać się wciągnąć” (tak postępuje wielu pasażerów pociągu, kiedy w drzwiach przedziału stanie żebrak). Szansa takiego bezwiednego lub motywowanego przelaznięcia się nad zdarzeniem rośnie w przypadku pośpiechu czy pochłonięcia innymi sprawami. W pewnym eksperymencie studenci mierzący na seminarium napotykali na swej drodze leżącego młodego człowieka. Spośród tych, którzy mieli jeszcze sporo czasu do rozpoczęcia seminarium, 63% zatrzymało się, by udzielić mu pomocy. Spośród studentów, którzy byli już spóźnieni zatrzymało się zaledwie 10%, nawet wtedy, gdy ich wypowiedź na seminarium miała dotyczyć... altruizmu i przypowieści o dobrym Samarytaninie (Darley, Batson, 1973).

Warunek drugi, to zinterpretowanie sytuacji jako kryzysowej, a więc takiej, w której innemu człowiekowi pilnie potrzebna jest pomoc. Z samego faktu, że ktoś leży na ulicy nie wynika jeszcze konieczność pomocy - trudno powiedzieć czy leżący mężczyzna zasłabł, czy jest pijany, czy bezdomny, czy po prostu taką ma ochotę. Jeżeli jest pijany, to podejmując interwencję możemy narazić się na śmieszność i inne kłopoty. Im bardziej niejasna jakaś sytuacja społeczna, tym bardziej rozstrzygając o jej znaczeniu skłonni jesteśmy poszukiwać wskazówek w zachowaniu innych. Spod oka przyglądamy się przechodniom i stwierdzamy, że zachowują się oni jak gdyby nic się nie stało. Podobnie jak inni, wymijamy mężczyznę i idziemy dalej przekonani, że sytuacja nie wymaga naszej interwencji. Ważnym powodem, dla którego inni nie podjęli interwencji jest jednak nasze zachowanie - to właśnie nasza obojętność mogła skłonić innego przechodnia do wniosku, że nic się nie stało. Sytuacja, w której świadkowie jakiegoś - być może krytycznego - zdarzenia stwierdzają, że nic się nie stało na podstawie wzajemnego obserwowania swojego braku reakcji nazywa się niewiedzą wielu (*pluralistic ignorance*). Niewiedza wielu jest groźnym zjawiskiem, bowiem to z jej powodu ludzie mogą nie udzielać pomocy np. osobie, która zasłabła, a nawet została napadnięta. Dobrze to ilustruje pewien eksperyment naturalny, w którym aranżowano na ulicy napad mężczyzny na kobietę - aż 70% przechodniów uważało, że jest to scena kłótni kochanków czy małżonków, w związku z czym nie podejmowało żadnej interwencji, nie chcąc się wtrącać w cudze sprawy (Shotland, Straw, 1976). Zakres dwuznaczności sytuacji społecznych jest więc znacznie szerszy niż się wydaje - z samego faktu, że mężczyzna bije kobietę większość obserwatorów wyciąga wniosek, że łączy ich jakaś relacja.

Najbardziej znanym wypadkiem tego rodzaju było w swoim czasie zabójstwo pewnej Amerykanki (Kitty Genovese), której morderstwu przyglądało się z okien aż 38 sąsiadów, a żaden z nich nawet nie zatelefonował po policję. Wypadek ten wstrząsnął opinią publiczną w latach sześćdziesiątych i zainspirował Bibba Łatane i Johna Darleya (1968) do przeprowadzenia serii badań, które wykazały, że im większa liczba świadków przygląda się jakiemuś krytycznemu zdarzeniu, tym mniejsza jest szansa udzielenia pomocy jego ofierze. Łatane i Darley nazwali tę zależność zjawiskiem obojętnego przechodnia, a ich model teoretyczny przedstawiony na rysunku 9.1 powstał właśnie w celu jego wyjaśnienia.

Zjawisko obojętnego przechodnia zwykle zanika, kiedy sytuacja nabiera jednoznaczności i nie sposób jej zinterpretować inaczej niż jako wypadek. Jeżeli pasażerowie metra obserwują osobę, która początkowo zwyczajnie stoi, trzymając się uchwytu, a potem w trakcie jazdy osuwa się z jękiem na podłogę, pomoc jest udzielana natychmiast i niemalże w stu procentach przypadków (szczególnie jeśli osoba ta trzyma w ręku laskę w odróżnieniu

od butelki z alkoholem - Piliavin, Rodin, Piliavin, 1969). Podobnie jednoznaczne domaganie się przez ofiarę pomocy podnosi częstość udzielania tej ostatniej: z 29% przy braku wołania o pomoc do 81% w sytuacji, kiedy ofiara zawałała o pomoc (Yakimovitch, Satz, 1971).

Jednak czasami sytuacja ma jednoznacznie kryzysowy charakter, a pomoc mimo tego nie jest udzielana. W jednym z badań aranżowano realistycznie sytuację ataku padaczki w trakcie badania psychologicznego. Choć ofiara ataku domagała się pomocy, udzieliło jej zaledwie 31% badanych, którzy sądzili, że świadkami zdarzenia są jeszcze cztery inne osoby. Natomiast badani przekonani, że są jedynymi świadkami zdarzenia interweniowali w 85% przypadków (Latane, Darley, 1968). Obecność innych spowodowała zatem rozproszenie odpowiedzialności za podjęcie działania w krytycznej sytuacji. Jeżeli nacisk na podjęcie działania rozkłada się na więcej osób, na każdą z nich przypada mniejsza część nacisku, co subiektywnie jest doświadczane jako mniejsza odpowiedzialność osobista za podjęcie działania. Liczne badania wykazały, że rozproszenie odpowiedzialności narasta wraz z kosztami udzielenia pomocy (Piliavin i in., 1981), a także ze wzrostem liczby świadków krytycznego zdarzenia. Skłoniło to Latanego i Darley'a do postulowania, że trzecią decyzją niezbędną do udzielenia pomocy jest przyjęcie osobistej odpowiedzialności za pomoc ofierze krytycznego zdarzenia. Obecność choćby jeszcze jednego świadka sprzyja uchyłaniu się od odpowiedzialności za działanie, choć pewne role społeczne hamują to zjawisko (np. rola lidera grupy).

Czwarta decyzja to rozstrzygnięcie przez świadka, czy ma on właściwe kompetencje do udzielenia pomocy. Jeżeli nie umiemy pływać, to nawet poczucie osobistej odpowiedzialności za losy tonącego nie wystarczy do udzielenia mu pomocy. Z kolei wzrost kompetencji sprzyja pomaganiu - np. zawodowe pielęgniarki częściej niż studenci udzielają pomocy w sytuacji wypadku, nawet wtedy, gdy jego świadkiem jest wiele osób (Cramer i in., 1988).

Ostatnia wreszcie decyzja to rozstrzygnięcie o faktycznym udzieleniu pomocy, decyzja o podjęciu działania. Działania wymagane w sytuacjach kryzysowych mają często niecodzienny charakter (pomoc leżącemu nieznajomemu wymaga np. dotknięcia go, a przecież nie dotyczy się nieznajomych), łatwo się przy nich ośmieszyć, narazić się innym i samej ofierze zdarzenia. Lęk przed ośmieszeniem słabnie, kiedy świadkowie mogą przedyskutować ze sobą obserwowane zdarzenie, uzgodnić jego znaczenie, ustalić działania zaradcze i sądzą, że będą mogli wytłumaczyć sens tych działań po ich zakończeniu. Stąd też zjawisko obojętnego przechodnia zanika wówczas, gdy świadkowie krytycznej sytuacji znają się jeszcze przed jej wystąpieniem, bądź wiedzą, że będą mogli ze sobą porozmawiać po interwencji.

Choć interwencja w sytuacji kryzysowej (bądź jej brak) wygląda na prostą reakcję, przedstawiony model zakłada, że jest ona poprzedzona co najmniej

pięcioma decyzjami. Na każdą z nich można niezależnie wpływać za pomocą odpowiedniego kształtowania różnych elementów krytycznego zdarzenia. Większość z tych decyzji jest podejmowana błyskawicznie, a niektóre mają zwykle zautomatyzowany charakter.

9.1.2. Teorie pobudzenia

Decyzyjny model interwencji kryzysowej dobrze wyjaśnia, co może ludzi odwieść od udzielenia pomocy, choć nie tłumaczy, co nas do udzielenia pomocy skłania. Na oba te pytania równocześnie odpowiada model pobudzenia-bilansu, sformułowany przez Jane Piliavin i jej współpracowników (Piliavin i in., 1981). Zakłada on, że do udzielenia pomocy w sytuacji kryzysowej motywuje nas spostrzeganie jej jako skutecznego sposobu na usunięcie nieprzyjemnych emocji wywołanych cudzym nieszczęściem. Model zawiera trzy główne twierdzenia:

(1) Zaobserwowanie cudzych kłopotów wywołuje u obserwatora pobudzenie emocjonalne, które rośnie wraz z natężeniem, jednoznacznością i czasem trwania tych kłopotów, a maleje wraz ze wzrostem dystansu oddzielającego świadka od osoby nękanej kłopotami.

(2) Pobudzenie wywołane cudzymi kłopotami i im przypisywane jest nieprzyjemne dla obserwatora, który stara się je zredukować, tym bardziej, im jest ono silniejsze.

(3) Obserwator krytycznego zdarzenia wybiera taki sposób redukcji przeżywanego przez siebie pobudzenia, który działa najszybciej i wywołuje największy jego spadek przy stosunkowo najkorzystniejszym bilansie zysków i kosztów.

Prawdziwości twierdzenia (1) dowodzą liczne badania, w których pobudzenie emocjonalne mierzono za pomocą zarówno samoopisów, jak i wskaźników fizjologicznych lub obserwacji zachowania (Dovidio i in., 1991). Zgodnie z twierdzeniem (2), im większe jest pobudzenie przeżywane przez świadka krytycznego zdarzenia, tym szybciej udziela on pomocy ofierze - w różnych badaniach korelacja ta waha się w granicach od $r = 0,47$ do $r = 0,77$. Ponadto własne pobudzenie emocjonalne obserwatora jest silniejsze wtedy, kiedy jest on nastawiony na empatyzowanie z ofiarą, np. jest instruowany, aby wczuł się w sytuację ofiary. Przyczynowej roli pobudzenia dowodzi także fakt, że zgodnie z teorią przesunięcia pobudzenia emocjonalnego (por. *KONCEPCJA 10*), skłonność do pomagania rośnie wskutek wzrostu pobudzenia wywołanego uprzednimi ćwiczeniami fizycznymi, lub oglądaniem filmów o treści erotycznej, a nawet agresywnej (Mueller, Donnerstein, Hallam, 1983). Niemniej jednak warunkiem koniecznym nasilania pomocy wskutek wzrostu pobudzenia jest przekonanie obserwatora, że to opresja ofiary jest powodem przeżywanego przezeń pobudzenia.

Model pobudzenia-bilansu uwzględnia dwa rodzaje kosztów - związane z udzieleniem pomocy i związane z jej zaniechaniem. O kosztach udzielenia

pomocy decydują takie straty, jak czas, wysiłek, narażenie się na niebezpieczeństwo, zaś wynikające z pomocności zyski to np. przyrost poczucia własnej skuteczności i samooceny lub podziw innych osób. Koszty zaniechania pomocy mają natomiast charakter bądź to osobisty (np. samoobwinianie się, negatywne reakcje innych), bądź empatyczny (własne cierpienie z powodu cierpienia ofiary, której się nie pomogło). Jak ilustruje tabela 9.1, zachowanie w sytuacji kryzysowej zależy od wielkości kosztów zarówno udzielenia, jak i zaniechania pomocy.

Tabela 9.1. Przewidywany rodzaj reakcji w sytuacji kryzysowej w warunkach małych i dużych kosztów udzielenia i zaniechania pomocy

		Koszty udzielenia pomocy	
		małe	duże
koszty zaniechania pomocy	małe	(A) różne reakcje uwarunkowane głównie normami uważanymi za obowiązujące w danej sytuacji	(B) opuszczenie sytuacji, zignorowanie, zaprzeczanie
	duże	(C) bezpośrednia interwencja	(D) interwencja pośrednia lub redefinicja sytuacji obniżająca subiektywne koszty zaniechania pomocy

W adaptacji wg Dovidio i in. (1991).

W sytuacji (A), gdy koszty i udzielenia, i zaniechania pomocy są małe, model przewiduje zmienność reakcji, których rodzaj zależy będzie głównie od tego, co obserwator uważa za obowiązującą w danych warunkach normę. W sytuacji (B), gdy koszty udzielenia pomocy są duże, a jej zaniechania małe, obserwator nie podejmuje interwencji - ignoruje potrzebę pomocy lub jej zaprzecza, opuszczając sytuację kryzysową. Przykładem tego rodzaju warunków jest sytuacja skonstruowana w jednym z eksperymentów Bibba Łatane i Johna Darleya (1970). Badany był świadkiem udzielania przez nieznanego błędnych informacji innemu pasażerowi metra (obaj ci pasażerowie byli w rzeczywistości współpracownikami badaczy). Koszt udzielenia pomocy był w tej sytuacji niewielki i 50% badanych spontanicznie pomagało pasażerowi, prostując błędne wskazówki nieznanego. Jednak odsetek pomagających spadał zaledwie do 16, jeżeli koszt pomocności był znaczniejszy - a mianowicie, gdy badany był uprzednio świadkiem, jak nieznanomy agresywnie odnosił się do jeszcze innego pasażera. Udzielanie pomocy może być hamowane bardzo zróżnicowanymi kosztami - takimi jak czasochłonność pomocy lub konieczność włożenia w nią dużego wysiłku, zagrożenie swobody

wyboru osoby pomagającej, dezaprobatą społeczną w przypadku niewłaściwego skutku interwencji (ośmieszenie), lub odstręczające cechy ofiary (np. w jednym z badań miała ona zniekształconą twarz).

Podjęcie bezpośredniej interwencji przez obserwatora jest najbardziej prawdopodobne w sytuacji (C), w której koszty udzielenia pomocy są małe, a koszty jej zaniechania - duże. Wzrost kosztów zaniechania pomocy może wynikać z różnych powodów, jak perspektywa dalszych kontaktów z ofiarą, silna zależność losów ofiary od decyzji świadka czy duże straty, jakie ofiara poniosłaby, gdyby pomoc nie została jej udzielona. Każdy z tych czynników nasila skłonność do pomagania ofierze krytycznego zdarzenia.

Wreszcie w sytuacji (D), gdzie oba rodzaje kosztów są duże, obserwator albo podejmuje interwencję pośrednią (np. dzwoni po specjalistę), albo zmienia subiektywną definicję sytuacji w taki sposób, by koszty zaniechania pomocy wydawały się małe, czyli psychologiczne znaczenie sytuacji przesuwają się w kierunku kratki B. Reinterpretacje występują częściej niż interwencje pośrednie i mogą polegać na zaprzeczaniu potrzebie pomocy, na pomniejszaniu wartości osoby, która jest ofiarą i na pozbywaniu się osobistej odpowiedzialności za jej losy.

Przegląd kilkunastu badań doprowadził Jacka Dovidio (1984) do ogólnego wniosku, że postępowanie w sytuacji kryzysowej silnie zależy od wielkości kosztów udzielenia niż zaniechania pomocy. Koszty zaniechania pomocy decydują o zachowaniu głównie wtedy, kiedy koszty udzielenia pomocy są małe. Tak więc jeżeli pomoc miałaby polegać na poważnym narażeniu własnego zdrowia czy bezpieczeństwa, nawet duże koszty jej zaniechania (np. wizja wyrzutów sumienia do końca życia) nie nakłonią człowieka do interwencji. Jednak zdarzają się sytuacje, kiedy ludzie interweniują impulsywnie i np. błyskawicznie skaczą w płomienie czy do wody, by uratować czyjeś życie. Czas reagowania w takich sytuacjach jest z pewnością zbyt krótki, by możliwe było bilansowanie kosztów, a skoro są to na ogół sytuacje wyjątkowe trudno założyć, by kalkulacje takie mogły być zautomatyzowane. Choć autorzy modelu pobudzenie-bilans sami odnotowują wcale liczne przypadki pomocy impulsywnej, zjawisko to niezbyt się nadaje do wyjaśnienia w ramach ich modelu.

Jak już wskazywaliśmy, zyski i koszty tak niesienia, jak zaniechania pomocy obejmują bardzo różne konkretne zdarzenia, co stanowi równocześnie zaletę i wadę modelu pobudzenie-bilans. Zaletę, ponieważ w tym samym języku teoretycznym można opisać i wyjaśnić oddziaływanie bardzo zróżnicowanych czynników, np. hamowanie pomocy przez antypatyczność ofiary 1 to, że leży po drugiej stronie ulicy, albo przez pośpiech osoby mogącej udzielić pomocy i to że jest ona słabsza fizycznie od napastnika atakującego ofiarę (wszystko to są czynniki podnoszące koszty udzielenia pomocy). Wadę, ponieważ w złożonych sytuacjach społecznych trudno przewidzieć, co okaże

się większym kosztem - np. wyrzuty sumienia z powodu zaniechania pomocy czy lęk przed narażeniem się agresorowi. Jeżeli pomoc miała polegać na obronie ofiary przed agresorem, to po fakcie łatwo zdecydować, że przeważała obawa przed wyrzutami sumienia (gdy obserwator udzielił pomocy), bądź obawa przed agresorem (gdy pomoc została zaniechana). Sama teoria kar i nagród (której odmianą są kalkulacje kosztów w omawianym modelu bilansu/pobudzenia) nie zawiera jednak twierdzeń pozwalających z góry przewidzieć, który rodzaj kosztów przeważa.

Inne ograniczenie modelu pobudzenie-bilans wiąże się z przyjęciem założenia o jednorodnie egoistycznym charakterze pobudzenia emocjonalnego. Świadek krytycznego zdarzenia odczuwa przykrość z powodu losu ofiary i pomaga jej po to, by poprawić własny stan emocjonalny. Jednak przykrość odczuwana przez świadka może wynikać także z empatii, tj. współczucia i wczuwania się w sytuację ofiary. Tego rodzaju empatyczne pobudzenie nie ma charakteru egoistycznego i motywuje świadka do pomagania w celu poprawy nie własnego stanu emocjonalnego, lecz stanu ofiary, argumentują Jerzy Karyłowski (1982) i Daniel Batson (1991). W wielu sytuacjach pomaganie innemu człowiekowi może być motywowane zarówno redukcją własnego cierpienia, jak i redukcją pobudzenia empatycznego. Jednak między tymi dwoma rodzajami emocji istnieje pewna ważna różnica: pobudzenie empatyczne można zredukować wyłącznie przez poprawę stanu ofiary (przede wszystkim przez udzielenie jej pomocy), natomiast własne cierpienie można zredukować albo pomagając, albo uciekając z sytuacji, czyli przez wycofanie się z kontaktu z ofiarą.

Batson i współpracownicy badali w serii pomysłowych eksperymentów skłonność do pomagania innemu człowiekowi w zależności od stopnia empatyzowania z nim i od możliwości łatwej ucieczki z sytuacji. Badani działali w parach złożonych z wykonawcy i obserwatora. Przydziel do roli następowal rzekomo na zasadzie rzutu monetą, choć w rzeczywistości „wykonawca” był zawsze tym samym współpracownikiem badaczy, zaś właściwy badany przypisany był do roli obserwatora. Rola wykonawcy obejmowała otrzymanie serii szoków elektrycznych, które wykonawca już od początku źle znosił - boleśnie się krzywił mówiąc, że jeszcze z dzieciństwa ma uraz do elektryczności, przy czym dzielnie deklarował jednak chęć kontynuowania eksperymentu. W tym momencie eksperymentator wahał się przez chwilę, po czym pytał obserwatora (tj. badanego), czy nie zechciałby się zamienić rolami z wykonawcą. Skłonnością do empatii manipulowano, informując obserwatora, że wykonawca wyznaje wartości albo podobne (silną empatia), albo niepodobne (słaba empatia) do jego wartości. Łatwością ucieczki z sytuacji manipulowano informując badanych, że mają obejrzeć jeszcze tylko dwie „kolejki” szoków (ucieczka łatwa), bądź jeszcze dziesięć kolejek (ucieczka trudna). W warunkach słabej empatii łatwość ucieczki hamowała pomocność - bardzo niewielu obserwatorów godziło się zamienić rolami.

W warunkach empatii silnej skłonność do pomagania była jednakowo duża przy łatwej i trudnej ucieczce z sytuacji. Choć więc motywów egoistycznych łatwiej było zrealizować przez ucieczkę, badani empatyzujący z ofiarą wybierali trudniejszą możliwość i pomagali wykonawcy, by zmienić jego - a nie własny - stan.

9.1.3. Teorie norm

Jeszcze inny rodzaj teorii tłumaczy pomaganie innym jako skutek ulegania normom społecznym, czyli społecznie uzgodnionym, a uwewnętrznionym przez jednostkę nakazom i zakazom dotyczącym pożądanego i niepożądanego zachowania w określonej sytuacji społecznej. Niektórzy autorzy odróżniają normy opisowe od powinnościowych (Cialdini, Kallgren, Reno, 1991). Normy opisowe dotyczą tego, jak „się” w danej sytuacji postępuje, czyli jak postępuje większość ludzi, a ich motywujący wpływ na zachowanie może mieć źródło w dostarczaniu przez nie dowodów, że normatywny (tu: najczęstszy) sposób działania jest skuteczny i korzystny. Normy p o w i n n o ś c i o w e mówią natomiast o tym, co człowiek w danej sytuacji powinien robić - jakie postępowanie jest społecznie pożądane i moralnie słuszne, a ich motywujący wpływ na zachowanie może mieć źródło w sankcjach społecznych (aprobach-dezaprobach innych) i w sankcjach własnego sumienia - satysfakcji z siebie w razie podtrzymania normy lub poczucia winy w razie złamania normy. Zarówno sankcje społeczne, jak i osobiste są przy tym silnie asymetryczne - postępowanie zgodne z normą budzi słabą reakcję (pozytywną), podczas gdy łamanie normy prowadzi do silnych reakcji (negatywnych). Rozróżnienie norm opisowych i powinnościowych nie powinno jednak przesłaniać faktu, że nawet normy opisowe stają się nimi dopiero wtedy, gdy towarzyszy im poczucie obligacji do ich spełniania oraz lęk przed ich złamaniem. Przy tym normatywny charakter jakiegoś społecznego oczekiwania często staje się widoczny dopiero przy jego złamaniu. W jednym ze swoich eksperymentów naturalnych Milgram (1992) prosił ochotników o podchodzenie w nowojorskim metrze do siedzących osób z prośbą, by te ustąpiły im miejsca. Ochotnicy łamali zatem niepisaną normę „kto pierwszy ten lepszy”, rządzącą zajmowaniem miejsc siedzących w publicznych środkach transportu. Choć tego rodzaju norma wydaje się zgoła niewinna i mało „normatywna”, jej łamanie okazało się nad wyraz trudne psychicznie. Ochotnicy mogli swoje postępowanie przekonująco przypisać wymogom stawianym przez badacza, a jednak „czuli się nieprzyjemnie napięci i zażenowani. Często nie byli w stanie wykrztusić z siebie prośby o odstąpienie miejsca i musieli się wycofać” - jak donosi Milgram (1992, s. 42), który sam zresztą wystąpił w roli ochotnika i przeżywał podobne katusze.

W myśl wyjaśnienia normatywnego, pomocność jest skutkiem ulegania normom nakazującym pomaganie innym. Wskazuje się przynajmniej dwie ogólne normy, z których nakaz taki może wypływać: normę odpowiedzialności społecznej i normę wzajemności.

Norma odpowiedzialności społecznej to oczekiwanie i nakaz pomagania tym osobom, których losy zależą od naszych działań. Jeżeli np. dowiemy się, że ewentualny awans naszego przełożonego zależy od jakości naszej pracy w najbliższym czasie, spowoduje to nasilenie owych wysiłków. Badania Leonarda Berkowitza (1972) i innych autorów przekonują, że zależność losów innej osoby od naszych działań nasila skłonność do pomagania jej, nawet jeżeli nie odnosimy z tego żadnych korzyści materialnych, jeżeli niespecjalnie tę osobę lubimy, a nawet kiedy dowie się o naszej pomocy dopiero w odległej przyszłości, lub też w ogóle nikt się o tej pomocy nie dowie. Wynikająca z tej normy skłonność do pomagania jest słabsza w społeczeństwach indywidualistycznych (jak np. USA) niż kolektywistycznych (jak np. Indie - Miller, Bersoff, Harwood, 1990) i słabnie także wtedy, gdy osoba potrzebująca pomocy jest spostrzegana jako winna krytycznej sytuacji, w której się znalazła lub budzi antypatię.

Z kolei norma wzajemności to oczekiwanie i nakaz pomagania osobom, które nam pomogły w przeszłości. Norma wzajemności występuje prawdopodobnie powszechnie w ludzkich społeczeństwach i zawiera trzy reguły szczegółowe: nakaz pomagania i czynienia przysług innym, nakaz przyjmowania cudzej pomocy i nakaz odwzajemniania się przysługą za przysługę (Gouldner, 1960). Uzyskanie pomocy od innej osoby silnie obliguje do jej odwzajemnienia, a zwrotne „oddawanie” pomocy nie zależy od stopnia sympatii odczuwanej do tej osoby (por. rozdz. 7.2.4). Oddawanie pomocy zależy jednak silnie od spostrzeganych intencji osoby świadczącej pierwszą przysługę. Jeżeli przysługa jest nieproszona i interpretowana przez odbiorcę jako zamach na jego swobodę wyboru (przymuszenie do wzajemności), to wzbudza motyw reaktancji i osłabia pomaganie w ramach odbudowywania zagrożonej swobody wyboru (Brehm, Cole, 1966).

Wyjaśnianie zachowań prospołecznych w kategoriach norm nasuwa jednak kilka problemów. Ludzie niewątpliwie nie zawsze postępują zgodnie z normami, a ponadto czynią to z niejednakową częstością, trudno zatem ogólnymi normami wyjaśnić indywidualne różnicowanie ludzkiego postępowania. Ponadto wymienione normy są bardzo ogólne i jednostka może nie dostrzegać związku między nimi a wymogami działania w konkretnej sytuacji, w którą ponadto mogą być uwikłane różne normy o wzajemnie sprzecznych konsekwencjach. Bowiem co człowiek by nie zrobił, można to wyjaśnić jakąś normą społeczną. Np. ustąpienie miejsca innej osobie w metrze można wyjaśniać jako skutek ulegania normie nakazującej pomaganie starszym, niesprawnym

itd., ale nieustąpienie miejsca też może być skutkiem normy regulującej zajmowanie miejsc na wspomnianej zasadzie „kto pierwszy, ten lepszy”. Słabość wyjaśniania ludzkiego postępowania w kategoriach norm wynika zatem także z tego, że w tej samej sytuacji może działać kilka norm o sprzecznych implikacjach i dopiero po fakcie możliwa jest decyzja, która z norm faktycznie zadziałała. Trudno to uznać za zadowalający sposób wyjaśniania.

Pewien sposób poradzenia sobie z tymi problemami zaproponował Shalom Schwartz (1977), formułując pojęcie normy osobistej, pod którym rozumie poczucie osobistej obligacji moralnej do postępowania w określony sposób w konkretnej sytuacji. Norma osobista stanowi więc odniesioną do specyficznej sytuacji konkretyzację jakiejś normy ogólnospołecznej, zaś jej spełnienie pozwala na odczucie moralnego zadowolenia z samego siebie. Np. przejawem konkretyzacji normy odpowiedzialności społecznej jest twierdząca odpowiedź na pytanie: „Czy czułbyś się osobiście zobligowany do oddania szpiku kostnego, gdyby był on konieczny dla jakiejś nieznajomej osoby, a ty okazałbyś się odpowiednim dawcą?”. Poczucie osobistej obligacji do spełnienia normy pozwala lepiej przewidywać rzeczywiste zachowania ludzi (np. oddawanie szpiku kostnego), niż spostrzegane przez nich normy społeczne, tj. przekonania o tym, jak dalece spełnianie danej normy jest pochwalane przez innych. Procesem, który może przeszkodzić realizacji nawet już wzbudzonej normy osobistej jest jednak zaprzeczanie własnej odpowiedzialności za spełnienie tej normy w danej sytuacji. Ludzie silnie różnią się skłonnością do ulegania różnym wymówkom „zwalniającym” z odpowiedzialności za spełnianie norm (bo są zajęci, bo nie lubią osoby potrzebującej pomocy, bo sama sobie jest winna itp.). Dużą zgodność rzeczywistych zachowań z normami osobistymi obserwuje się jedynie u osób o słabej tendencji do zaprzeczania własnej odpowiedzialności za spełnianie norm.

Prostsze podejście do normatywnych wpływów na zachowanie zaproponowali natomiast Robert Cialdini, Carl Kallgren i Raymond Reno (1991) twierdząc, że głównym czynnikiem decydującym o wpływie normy na zachowanie jest to, czy zostanie ona zaktywizowana w danej sytuacji, czy też nie. Autorzy ci wykazali w serii badań, że przypadkowi użytkownicy parkingu mniej śmiecili, jeżeli bezpośrednio przedtem aktywizowano u nich normę zakazującą śmiecenia, albo przez możliwość obserwacji postępowania innych osób, albo przez wręczenie ulotki o stosownej treści. Również aktywizacja norm o innej treści hamowała śmiecenie, a ich oddziaływanie było tym słabsze, im słabszy był treściowy związek danej normy ze śmieceniem. Najsilniej działało przypomnienie normy nakazującej czystość („nie śmieć” - tylko 10% badanych śmieciło), nieco słabiej normy nakazującej recykling (15% śmieciło), jeszcze słabiej - normy nakazującej oszczędność energii (18%), a najslabiej - normy nakazującej udział w wyborach (22% śmieciło). Wszystkie te normy aktywizowano za pomocą treści haseł umieszczonych na wręczanej badanym ulotce, zaś wskaźnikiem śmiecenia było rzucanie tej

ulotki na ziemię. Cialdini i współpracownicy wykazali też, że jeżeli w jakiejś sytuacji różne normy dyktują odmienne sposoby postępowania, to zachowanie człowieka jest kontrolowane przez tę normę, która została ostatnio zaktywizowana. Dotyczy to w szczególności sytuacji rozbieżności między opisowymi i powinnościowymi normami dotyczącymi tego samego zachowania - np. normy opisowej „tu się śmieci” (aktywizowanej przez widok zaśmieconego parkingu) i normy powinnościowej „nie powinno się śmiecić” aktywizowanej widokiem innej osoby, który podnosi śmieć i wrzuca go do kosza). Z tego punktu widzenia liczne akcje nawołujące do ochrony środowiska mogą przynosić efekty odwrotne do zamierzonych, gdyż pokazują one zwykle zaśmiecone środowiska (i aktywizują opisową normę „ludzie śmieć”), zamiast aktywizować opisową lub powinnościową normę nieśmienia.

Jednakże sama aktywizacja normy wystarcza do jej wprowadzenia w życie zapewne tylko wtedy, kiedy wiąże się to z małymi kosztami, jak w cytowanych badaniach nad śmieceniem, gdzie jedynym kosztem przestrzegania normy było schowanie niepotrzebnego papieru do kieszeni. W przypadku bardziej kosztownych zachowań normatywnych wchodzi w grę bardziej złożone procesy, jak zaprzeczanie własnej odpowiedzialności za spełnianie normy, czy analizowane wcześniej bilansowanie zysków i kosztów zachowania.

9.1.4. Teorie ewolucjonistyczne

Z punktu widzenia Darwinowskiej teorii ewolucji, pomaganie innym jest trudną do wyjaśnienia zagadką. Jeżeli liczy się tylko indywidualny sukces w walce o przetrwanie i przekazanie własnych genów dalszym pokoleniom, to geny promujące wspieranie innych osobników własnego gatunku powinny zaniknąć już przed milionami lat. A jednak pomocność jest powszechna wśród ludzi i zwierząt, nierzadko z narażeniem lub poświęceniem życia osobnika pomagającego. Rozwiązanie zagadki nastąpiło dopiero w sto lat po Darwinie w postaci teorii dostosowania łącznego oraz teorii altruizmu wzajemnego.

Sformułowana przez Williama Hamiltona (1964) teoria dostosowania łącznego zakłada, że pomaganie krewnym z poświęceniem własnego życia włącznie, jest w istocie zachowaniem mającym na celu propagację własnych genów, tyle że nie bezpośrednio (własna reprodukcja), lecz pośrednio (reprodukcja bliskich krewnych). Prawo Hamiltona pozwala przewidywać występowanie altruizmu (czyli faworyzację takiego zachowania na mocy samego doboru naturalnego), gdy:

$$K < pz$$

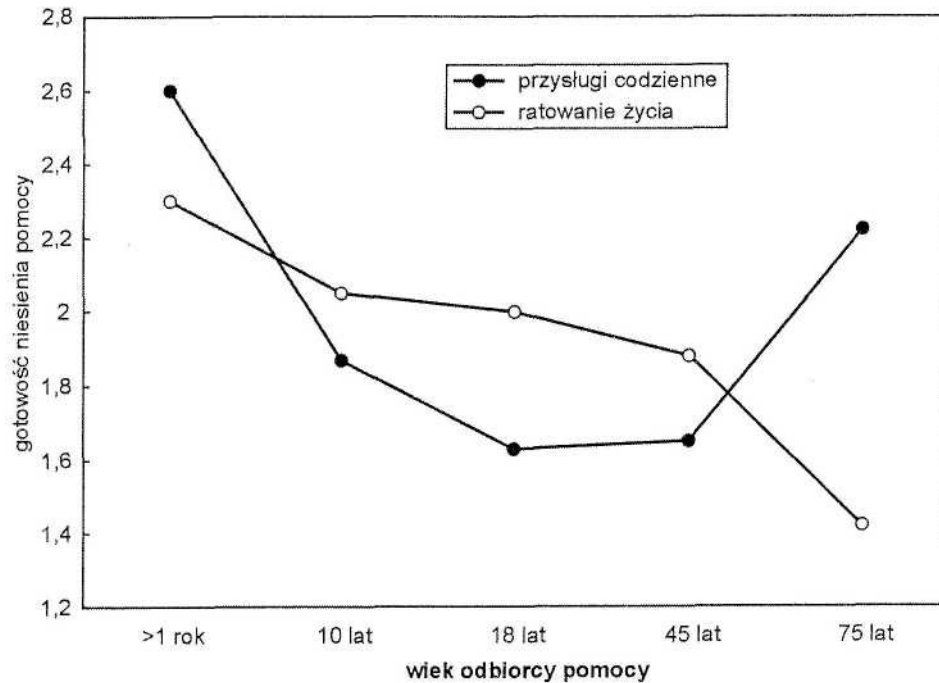
gdzie K to koszty zachowania altruistycznego, p to współczynnik pokrewieństwa między altruistą i odbiorcą pomocy, zaś z to zysk odbiorcy. Współ-

czynnik pokrewieństwa to frakcja genów identycznych u dwóch osobników w wyniku wspólnego pochodzenia. Wynosi on 1,00 dla bliźniąt jednojajowych; 0,50 dla rodzeństwa i par rodzic-dziecko; 0,25 dla ciotek, wujków, bratani i siostrzeńców, 0,125 dla kuzynów itd. Załóżmy, że jednostką zysków i kosztów jest jedno życie. W takim przypadku teoria zakłada, że jeżeli skaczymy do wody, by odwrócić fatalny pływ tratwy zmierzającej ku wodospadowi i sami tracimy przy tym życie, to i tak odnosimy zysk genetyczny, gdy na tratwie był nasz brat i rodzice: po lewej stronie równania jest bowiem 1,00 zaś po stronie prawej jest $3 \times 0,5 \times 1 = 1,5$. Jednak nie odnosimy zysku ratując - za cenę własnego - życie trzech ciotek (po prawej stronie równania jest tylko 0,75) itd.

Przeliczenia ilu kuzynów poświęcić za jednego brata (czterech) wydają się trochę dziwne, niemniej teoria dostosowania łącznego pozwala sformułować wiele interesujących i dobrze potwierdzonych empirycznie przewidywań. Dwa najbardziej oczywiste, to hipoteza, że ludzie częściej pomagają krewnym niż obcym, a tym pierwszym - tym bardziej, im bliżej są spokrewnieni, na co istnieje wiele dowodów w świecie zwierząt. Choć badania dotyczącego tego problemu u ludzi są niezbyt liczne, dostarczają jednoznacznego poparcia dla tych hipotez, zarówno wtedy, gdy metodą jest ankieta z pytaniami o to, komu ludzie pomagają i kto im pomaga (Essock-Vitale, McGuire, 1985; por. też *ZŻYCIA 9.a*), deklarowana pomoc w hipotetycznych, wyobrażonych sytuacjach dotyczących komu uratować życie (siostrze czy kuzynowi, itd. Burnstein, Crandall, Kitayama, 1994), jak i analiza zasobów archiwalnych w postaci zapisów spadkowych (Smith, Kish, Crawford, 1987). Podobne wnioski nasuwają także obserwacje rzeczywistych zachowań - w przypadku klęski żywiołowej ludzie najpierw ratują swoich krewnych, a dopiero potem osoby niespokrewnione, co stwierdzono w badaniach zarówno ofiar powodzi w Polsce (Łukaszewski, Stajniak, 1999), jak i huraganu w USA (Kaniasty, Norris, 1995).

Rola pokrewieństwa zdaje się zresztą znacznie większa przy aktach pomocy typu wybór między życiem a śmiercią, niż wybór komu wyrządzić drobną przysługę. Pokazali to Eugene Burnstein i współpracownicy, stawiając ludzi przed takimi wyobrażonymi wyborami, jak „czy załatwić sprawę na mieście dziadkowi, czy ciotce”, albo „czy z płonącego domu ratować kuzyna, czy wujka”. Deklarowana skłonność do pomagania rosła wraz z pokrewieństwem, jednak ten wzrost był znacznie silniejszy dla decyzji typu „żyć-cieśmierć” niż dla codziennych przysług. Ponadto, gotowość niesienia pomocy w zupełnie inny sposób zależała od wieku potencjalnego jej odbiorcy, w sytuacji „życie-śmierć” i w sytuacji drobnej przysługi, jak przedstawia to rysunek 9.2. W przypadku codziennych przysług badani wyraźnie stosowali się do normy odpowiedzialności społecznej - deklarowali nasiloną gotowość pomagania najmłodszym i najstarszym, a więc tym, którzy nie mogą sami sobie pomóc i zdani są na innych. Zupełnie inaczej miała się sprawa w przy-

Rysunek 9.2. Deklarowana gotowość niesienia pomocy w sytuacjach dramatycznych (wybór życie-śmierć) i codziennych (drobne przysługi) w zależności od wieku odbiorcy pomocy



Źródło: Bumstein, Crandall, Kitayama (1994).

padku dramatycznej pomocy w przetrwaniu - badani tym bardziej byli skłonni pomagać odbiorcy (mniej lub bardziej z nimi spokrewnionemu), im był on młodszy; czyli im większa stawała się jego wartość rozrodcza, a więc - mówiąc najprościej - zdolność do przekazania własnych genów następnym pokoleniom (tutaj zresztą stwierdzono jeden wyjątek od reguły: dziesięciolatki mają większą wartość reprodukcyjną niż dzieci roczne, co nie znajdowało odzwierciedlenia w ocenach badanych). Warto dodać, że te i inne wzorce deklarowanej pomocy ujawniały się w takiej samej postaci u badanych amerykańskich i japońskich, choć te dwie kultury dość mocno się różnią.

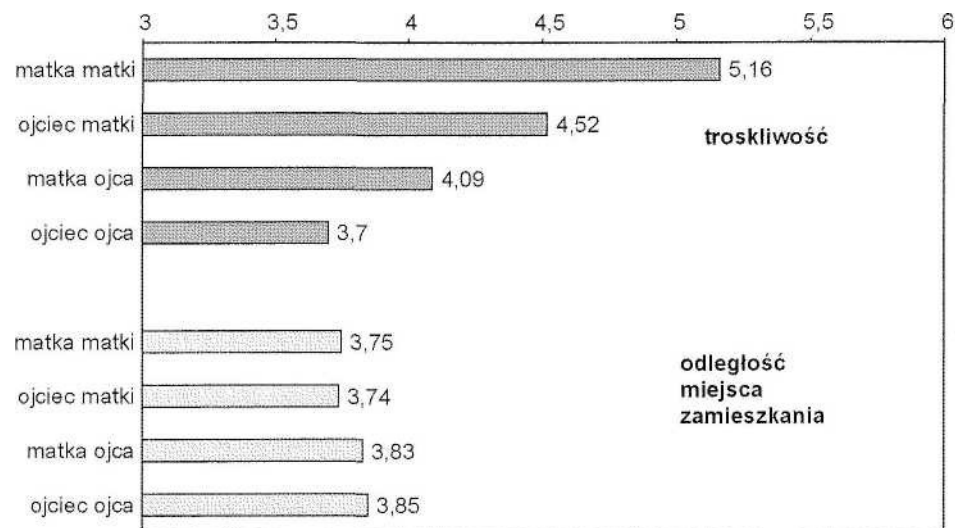
Czy jednak nie prościej byłoby wyjaśniać związek pokrewieństwa z pomocnością, pomijając geny i te nieestetyczne przeliczenia braci na kuzynów? Im bliższy krewny, tym częściej go spotykamy, lubimy go, odczuwając więź i bliskość emocjonalną, która sama w sobie jest przecież silnym wyznacznikiem pomocności. To oczywiście prawda, że osobom bliższym częściej pomagamy (o czym mowa nieco dalej), jednak hipoteza bliskości emocjonalnej nie jest sprzeczna z wyjaśnieniem ewolucyjnym. Prawdopodobnie jest tak, że pokrewieństwo jest odległą czy ostateczną przyczyną pomocności, podczas gdy bliskość emocjonalna jest przyczyną bliską i sta-

nowi przynajmniej częściowy mechanizm psychologiczny, na mocy którego pokrewieństwo nasila pomocność. Sugerują to wyniki badań, w których o deklarowanie pomocy różnym krewnym proszono badanych oceniających też stopień emocjonalnej bliskości odczuwany w stosunku do każdego z krewnych (Korchmaros, Kenny, 2001). Analizy pokazały, że zarówno pokrewieństwo, jak i subiektywna bliskość emocjonalna silnie wpływały na skłonność do pomagania. Jednak kiedy ze związku pokrewieństwo-pomaganie wyeliminowano za pomocą metod statystycznych wpływ wywierany przez bliskość emocjonalną, związek ten zmalał o jedną trzecią, ale bynajmniej nie zanikł. Pokrewieństwo wywiera więc znaczny wpływ na pomocność, częściowo przez odczuwaną bliskość, a częściowo poza i ponad oddziaływaniem bliskości.

Podjęcie ewolucjonistyczne pozwala też wyjaśnić pewne złożone wzorce emocjonalnej bliskości między krewnymi. Np. zapewne większość z nas zauważyła, że babcie częściej zajmują się wnukami, jakie mają po córkach, niż po synach, a wnuki bardziej czują się związane z rodzicami swej matki niż ojca. Jest to dokładnie różnica, jakiej należy oczekiwać zważywszy problem niepewności ojcostwa - asymetrię polegającą na tym, że kobieta rodząca dziecko jest z pewnością jego matką, ale w przypadku ojca pewność jest mniejsza, przynajmniej w sensie czysto biologicznym. Zainspirowani ideą, że ta asymetria może się nasilać przez dwa pokolenia, Euler i Weitzel (1996) zapytali ponad 600 swoich niemieckich badanych, których obie babcie i obaj dziadkowie żyli, o ocenę, jak dalece każda z tych osób była dla nich *gekummert*. Pojęcie to oznacza w języku niemieckim równocześnie opiekuńczość oraz emocjonalną lub intelektualną więź z opiekunem. Jak ilustruje rys. 9.3, za najbardziej *gekummert* była uważana matka matki, a więc ta babcia, co do pokrewieństwa której nie było cienia wątpliwości w żadnym pokoleniu. Najmniej *gekummert* był natomiast ojciec ojca (który mógł nie być genetycznym ojcem swego syna i którego syn mógł nie być genetycznym ojcem własnego dziecka, czyli wnuka biorącego udział w badaniu). Pośrodku lokowali się ojciec matki (który mógł nie być genetycznym ojcem swej córki, choć ona na pewno była genetyczną matką osoby badanej) oraz matka ojca (która na pewno była jego genetyczną matką, choć on mógł nie być genetycznym ojcem osoby badanej). Krótko mówiąc, im bardziej pewne było pokrewieństwo z babcią/dziadkiem, tym silniejsza więź i skłonność do opieki nad wnukiem czy wnuczką. Zauważmy, że ten wzorzec nie daje się wytłumaczyć hipotezą o ogólnie większej opiekuńczości kobiet i ich większej skłonności do pomagania wnukom, bowiem ojciec matki jest bardziej opiekuńczy od matki ojca. Dane z prawej strony rysunku ilustrują wskaźnik odległości dzielącej miejsca zamieszkania osoby badanej oraz jej babę i dziadków (w zlogarytmizowanych kilometrach). Brak jest znaczących różnic w wielkości tego wskaźnika, co sugeruje, że wzorców więzi i opiekuńczości nie można wyjaśniać po prostu zróżnicowaniem odległości fizycznej między

wnukami i różnymi typami dziadków. Ten wzorzec wyników został powtórzony dla prób amerykańskich, a także dla innych rodzajów pokrewieństwa (ciotki i wujowie ze strony matki pomagają nam więcej niż ciotki ze strony ojca i stryjowie - por. Buss, 2001).

Rysunek 9.3. Troskliwość o wnuki przejawiana przez babcie i dziadków ze strony matki i ojca (oraz odległość miejsca ich zamieszkania w zlogarytmizowanych kilometrach)



Źródło: Euler, Weitzel (1996).

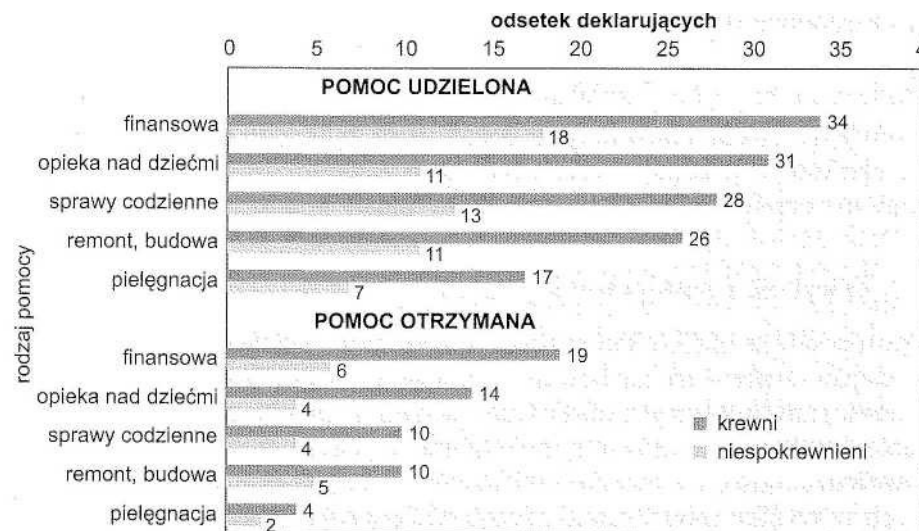
Drugie ewolucjonistyczne wyjaśnienie pomocności, to teoria altruizmu wzajemnego zaproponowana przez Roberta Triversa (1971). Zakłada ona, iż pomaganie innym osobnikom własnego gatunku jest korzystne dla pomagającego, o ile jest odwzajemniane. Dzięki temu osobnik pomagający dysponuje zwiększonymi zasobami „pożyczonymi” od innych. Pomaganie odwzajemniane jest powszechne w ludzkich społecznościach. Pojawia się w społeczeństwach łowiecko-zbierackich, w których prawie zawsze zwycięscy myśliwi dzielą niemal całą zdobycz między członków własnej grupy, dzięki czemu mogą liczyć na wzajemność, gdy im polowanie się nie powiedzie (Buss, 2001). Pojawia się też we współczesnych społeczeństwach kapitalistycznych, gdzie obserwuje się korzyści płynące z kooperacyjnych relacji między pracodawcami i pracownikami: firmy nagradzające pracowników za zwiększony wysiłek, uzyskują od nich jeszcze większą lojalność i wzrost wydajności pracy, co oczywiście przyczynia się do przetrwania firmy na rynku i do utrzymania pracy przez zatrudnionych (Fehr, Gächter, Kirchsteiger, 1997). Przypadki tego rodzaju współpracy można oczywiście wyjaśniać omawianą już normą wzajemności, która jest jedną z najpow-

Z ŻYCIA 9.a Komu pomagają Polacy?

Różne koncepcje pomocności, szczególnie ewolucjonistyczna, pozwalają przewidywać, iż częściej pomagamy krewnym niż osobom niespokrewnionym. Potwierdzają to wyniki sondażu przeprowadzonego w roku 1999 na próbie ogólnopolskiej (N= 1030) przez CBOS (Centrum Badania Opinii Społecznej). Jak ilustruje rys. 9.4, pięć rodzajów bezinteresownej pomocy najczęściej deklarowanych przez Polaków, to: pomoc finansowa, w opiece nad dziećmi, w sprawach codziennych (jak robienie zakupów, załatwianie spraw), w większych przedsięwzięciach (jak remont, lub budowa domu, garażu) oraz w pielęgnacji osób chorych, starych, niepełnosprawnych. Wszystkie te formy pomocy są ponaddwukrotnie częściej kierowane na osoby z własnej rodziny, niż na osoby niespokrewnione lub niespowinowane, a cytowane badania dowodzą, że także niespełnione prośby o pomoc częściej kieruje się na osoby spokrewnione niż obce. Bardzo podobnie rzecz się ma z pomocą otrzymywaną od innych - dwukrotnie częściej otrzymywana jest ona od osób z rodziny. Wymiana pomocy odbywa się głównie w kręgu rodzinnym i ma dosyć intensywny charakter, a nic nie wskazuje na to, by Polacy byli tu jakimś wyjątkiem. Tylko 14% Polaków twierdzi, że nie miałoby do kogo zwrócić się w potrzebie, a 60% ma co najmniej 5 osób, na które może liczyć, i są to przeważnie osoby spokrewnione oraz przyjaciele. Odsetek Polaków cieszących się zadowalającym wsparciem społecznym wyraźnie spada wśród osób biednych, niewykształconych i... mężczyzn. Jednak aż 63% ankietowanych zgadza się z opinią, że „Po roku 1989 ludzie w Polsce mają dla siebie mniej czasu, stali się bardziej interesowni, skupieni na własnych sprawach”.

Zauważmy, że deklaracje udzielania pomocy innym są znacznie częstsze od deklaracji jej otrzymania. Ogółem 70% ankietowanych twierdzi, że sami lub ich najbliżsi pomogli w minionym roku innym ludziom, a tylko 40% twierdzi, że sami (lub najbliżsi) otrzymali pomoc w tym samym okresie. Tak wielka rozbieżność jest oczywiście

Rysunek. 9.4. Odsetek Polaków deklarujących kierowanie i otrzymywanie różnych rodzajów pomocy od osób spokrewnionych i niespokrewnionych



Źródło: sondaż na próbie ogólnopolskiej, N = 1030 CBOS, (1999).

niemożliwa w świecie faktów i zapewne wynika ze zniekształconej pamięci wydarzeń (najwyraźniej własne zachowania łatwiej jest niż cudze zapamiętać jako pomocne) i wydawania sądów w oparciu o heurystykę „ja jestem lepszy od innych” (por. rozdz. 4.2,3), Ogólniej rzecz biorąc, wyniki z rys. 9.4 przekonują, że jak dużym sceptycyzmem należy traktować deklaracje ludzi na temat ich zachowań, szczególnie nacechowanych wartościowaniem i aprobatą społeczną. Aby zdobyć rzetelne dane na temat ludzkich zachowań, nie wystarczy ludzi pytać o ich postępowanie - należy obserwować, co faktycznie robią.

szechniej występujących norm w skądinąd bardzo różnych społeczeństwach. Jednakże na biologiczne korzenie altruizmu wzajemnego wskazuje zarówno ponadkulturowy charakter tej normy, jak i bardzo liczne przypadki altruizmu wzajemnego u zwierząt (np. nietoperzy), które trudno posądzać o tworzenie norm kulturowych. Jak wiele innych zachowań, altruizm wzajemny jest zapewne uwarunkowany zarówno genetycznie, jak i normami kulturowymi. Wizją człowieka zapewne najczęściej przyjmowaną tak w potocznej, jak i naukowej refleksji nad ludzką naturą jest wyobrażenie egoisty maksymalizującego własne zyski. Nawet zachowania prospołeczne i pomocne - a więc z definicji ukierunkowane na korzyści nie własne, lecz innych ludzi - są wyjaśniane jako rezultat w istocie egoistycznych motywacji. Najwyraźniej to widać w wyjaśnieniach ewolucjonistycznych (gdzie liczą się zyski genetyczne) i w modelu pobudzenia-bilansu (gdzie liczą się wszelkie zyski). Również teorie norm zakładają, że człowiek postępuje zgodnie z ich nakazami, by uniknąć przykrości, czy to w postaci społecznego odrzucenia, czy własnych wyrzutów sumienia. Wizja człowieka jako naturalnego egoisty jest najmniej widoczna w decyzyjnym modelu pomagania w sytuacji kryzysowej, choć i ta teoria zakłada, że nieudzielenie pomocy jest o wiele bardziej prawdopodobne od jej udzielenia.

9.2. WYZNACZNIKI POMOCNOŚCI

Głównym celem omówionych dotąd teorii była odpowiedź na pytanie dlaczego ludzie pomagają innym. Na zakończenie tej części rozważań spróbujmy też odpowiedzieć na pytanie kiedy ludzie pomagają bliźnim.

9.2.1. Obecność i postępowanie innych

Postępowanie innych ludzi obecnych w danej sytuacji często wywiera decydujący wpływ na zachowanie jednostki. Wiele badań wykazuje, że obecność innych, biernych obserwatorów hamuje pomoc człowiekowi w potrzebie. Jest to przejawem nie tylko wspomnianych już procesów rozproszenia odpowiedzialności i niewiedzy wielu, ale również wyrazem naśladowania innych w wyniku modelowania. Jeżeli zachowanie modeli może hamować prospołeczność, to powinno ono być w stanie także i ją nasilić. Istotnie, liczne badania wykazały, że zaobserwowanie innej, prospołecznie postępu-

jącej osoby nasila skłonność do pomagania nieznajomym. Np. kierowcy częściej zatrzymują się, by pomóc kobiecie przy awarii samochodu, jeżeli niedawno mijali innego kierowcę pomagającego kobiecie zmienić koło (Bryan, Test, 1967).

Naśladowanie pomagania występuje i u dorosłych, i u dzieci w następstwie modeli obserwowanych zarówno „na żywo”, jak i w telewizji. Telewizja może więc „zarażać” nie tylko przemocą, ale i prospołecznością. Wiele badań wskazuje, że oglądanie przez dzieci programów uczących życzliwości (jak „Ulica Sezamkowa”) skutkuje wzrostem kooperatywności i skłonności do pomagania w zachowaniu dzieci (Hearold, 1986). Problem tylko w tym, że w telewizji większości krajów świata (także Polski), programy o treści agresywnej są nieporównanie częściej wyświetlane od programów pokazujących prospołeczność (por. rozdz. 10.2.3).

Inni wpływają na prospołeczność również jako dawcy nagród i kar. Np. dzieci chwalone za pomaganie innemu dziecku robią to potem w większym natężeniu, zaś ganione - pomagają mniej niż dzieci niepoddane oddziaływaniu, a różnice te utrzymywały się przy pomiarze pomagania odroczonym o dwa tygodnie od pochwał lub nagan (Rushton, Teachman, 1978). Tak więc pomaganie, jak wiele innych zachowań, jest po części zachowaniem wyuczonym, które pojawia się i nasila pod wpływem nagród, a zanika pod wpływem kar. Jeżeli inni obecni w sytuacji pochwalają pomaganie, spowoduje to jego wzrost, jeżeli zaś pomaganie potępiają - spowoduje to jego spadek. Stąd też ludzie dorośli o silnej potrzebie aprobaty społecznej dają większe datki na cele dobroczynne - ale tylko wtedy, gdy akt ten ma charakter publiczny i jest widziany przez innych ludzi (Satow, 1975).

9.2.2. Właściwości biorecy pomocy

Wspomniana uprzednio norma odpowiedzialności społecznej każe oczekiwać, że bardziej pomagamy tym osobom, które są od nas uzależnione. Na tej zasadzie większą szansę uzyskania pomocy mają np. osoby starsze i dzieci, niż osoby dorosłe. Jednak nawet osoba silnie od nas zależna uzyska niewiele pomocy, jeżeli krytyczna sytuacja, w jakiej się znalazła jest jej dziełem. Chętniej pożyczymy własne notatki z wykładów koledze będącemu w potrzebie z powodów, na które nie miał on wpływu (np. brak wystarczających zdolności czy mankamenty wykładowcy), niż koledze, który nie ma własnych notatek, bo nie chciało mu się ich sporządzić (Barnes, Ickes, Kidd, 1979). Jeżeli powody krytycznej sytuacji, w jakiej znalazła się ofiara zdarzenia są spostrzegane jako możliwe przez nią do skontrolowania, los ofiary wzbudza raczej gniew lub niechęć zamiast współczucia, co oczywiście hamuje pomocność.

Ogólnie rzecz biorąc, chętniej pomagamy osobom lubianym, niż nienubianym i w zasadzie każdy czynnik nasilający atrakcyjność innego człowieka nasila też skłonność do pomagania mu. Dotyczy to np. atrakcyjności fizycznej

(niezależnie od płci chętniej pomagamy osobom ładnym niż brzydkim), a przede wszystkim podobieństwa - poglądów, cech osobowości, a nawet sposobu ubierania się.

9.2.3. Relacje między dawcą a biorcą pomocy

Co ciekawe, większa skłonność do pomagania osobom podobnym może wynikać nie tylko z większej do nich sympatii, ale także z faktu, że dobro takich osób może być traktowane w podobny sposób, jak dobro własne. Prawdliwość ta została wykazana w licznych badaniach Janusza Reykowskiego (1979) i jego współpracowników. Sformułowana przez tego autora regulacyjna teoria osobowości zakłada, że głównym regulatorem ludzkiego postępowania jest tzw. przestrzeń semantyczna składająca się ze struktur umysłowych reprezentujących różne obiekty z naszego otoczenia społecznego. Przestrzeń owa ma własności metryczne, co oznacza, że reprezentacje poszczególnych obiektów mogą znajdować się blisko lub daleko od siebie w przestrzeni semantycznej. Im mniejszy dystans oddziela reprezentacje jakichś dwóch obiektów, tym bardziej zbliżone są poznawcze, emocjonalne i behawioralne reakcje człowieka w stosunku do tych obiektów (Reykowski, 1982). Z różnych względów kluczową rolę w postępowaniu człowieka odgrywa struktura ja, czyli reprezentacja własnej osoby (por. rozdz. 4). Im bliżej struktury ja znajduje się reprezentacja innego obiektu (np. innego człowieka), tym bardziej jesteśmy skłonni przypisywać owemu obiektowi własności do naszych zbliżone i tym bardziej stany tego obiektu (np. potrzeby innego człowieka) motywują nas do postępowania w określony sposób. W zgodzie z tym rozumowaniem ludzie skłonni są wykonywać więcej pracy na rzecz osoby podobnej niż do nich niepodobnej, a zależność ta utrzymuje się nawet po wyeliminowaniu stopnia sympatii zrodzonej przez podobieństwo (Karyłowski, 1975).

Badania zespołu Reykowskiego wykazały, że skłonność do pomagania innym uzależniona jest od względnej siły zaabsorbowania sobą i drugim człowiekiem. Np. Teresa Szustrowa (1972) stwierdziła, że osoby skoncentrowane na sobie i cechujące się krańcowo niską lub wysoką samooceną są mniej prospołeczne od osób nieskoncentrowanych na sobie. Maria Jarymowicz (1979) wykazała, że łagodzenie problemów z poczuciem własnej wartości prowadzi do wzrostu motywacji prospołecznej i gotowości do dostrzegania problemów innych ludzi. Z kolei Grażyna Kochańska (1980) koncentrowała swoich badanych na stanach drugiego człowieka, stwierdzając wzrost prospołeczności u badanych dowiadujących się, że ich pomoc poprawiła samopoczucie osób, którym uprzednio pomogli.

Elegancką ilustracją roli względnego zaabsorbowania sobą i innymi jest jeden z eksperymentów Jerzego Karyłowskiego (1982), w którym osoby

badane pracowały dla siebie lub dla nieznanego partnera. Kiedy w trakcie eksperymentu wywołano u badanych koncentrację na własnej osobie (przez umieszczenie przed nimi lustra, co jest standardową metodą nasilania autokoncentracji), spowodowało to spadek ilości pracy na rzecz partnera, choć nie wpłynęło na ilość pracy dla siebie. Jednakże u osób silnie wyznających normę, że należy pomagać innym, autokoncentracja spowodowała wzrost ilości pracy na rzecz nieznanego, co tłumaczyć można wzrostem aktywizacji silnie cenionej normy pomagania wskutek sytuacyjnie wywołanej autokoncentracji. Osoby ceniące tę normę bardziej starały się spełnić ją we własnym zachowaniu, bowiem rezultatem autokoncentracji jest wzrost motywacji do redukcji rozbieżności między własnym postępowaniem a standardami uważanymi za słuszne dla danej sytuacji (por. rozdz. 4.1.3). W pewnym sensie nawet więc i te osoby pracowały dla siebie, choć nie przez zwiększanie liczby zarobionych punktów, lecz podtrzymywanie wysokiej samooceny w wyniku zachowania zgodnego z cenioną (i uwypukloną sytuacyjnie) normą.

Rozumowanie to doprowadziło Karyłowskiego do postulowania dwóch typów motywacji mogącej leżeć u podstaw pomocności. Motywacja endocentryczna (skierowana do wewnątrz), to tendencja do pomagania innym po to, by polepszyć swoje samopoczucie, w szczególności utrzymać lub podwyższyć własną samoocenę dzięki przypisywaniu sobie pochlebnych właściwości w wyniku postępowania zgodnego z normami. Motywacja egzocentryczna (skierowana na zewnątrz) to tendencja do pomagania innym po to, by polepszyć ich samopoczucie, w szczególności zaspokoić ich potrzeby. Oba te rodzaje motywacji mogą nasilać pomoc, choć w różnych sytuacjach. Np. dla osoby motywowanej endocentrycznie najważniejsze jest, by to właśnie ona pomogła człowiekowi znajdującemu się w potrzebie, zaś dla osoby motywowanej egzocentrycznie najważniejsze jest, by pomoc została udzielona. Karyłowski wykazał, że przewaga endo- lub egzocentrycznej motywacji do pomagania zależy u osób dorosłych od oddziaływań wychowawczych ich rodziców, jakim byli poddawani w dzieciństwie. W szczególności, motywacja egzocentryczna jest wbudowywana w dziecko przez rodziców zwracających mu uwagę na konsekwencje jego postępów dla innych ludzi („Patrz Jasiu, wybiłeś piłką okno pani Kwiatkowskiej z pierwszego piętra, teraz jest jej przykro, przeciąg wieje jej po nogach, na pewno się zaziębi i rozboli ją gardło”). Motywację endocentryczną wbudowuje natomiast nacisk na konsekwencje, jakie postępowanie dziecka ma dla niego („Patrz Jasiu, wybiłeś okno tej Kwiatkowskiej, teraz wszystkie sąsiadki będą rozpowiadać, jaki z ciebie łobuz, a co ja się wstydu najem”).

Silne i trwałe powiązanie własnego ja z reprezentacją innej osoby jest charakterystyczne dla szczególnego rodzaju związków międzyludzkich - związków opartych na wspólnocie. Są to związki trwałe,

z poczuciem osobistej odpowiedzialności za stan zaspokojenia potrzeb partnera, podejmowaniem decyzji na podstawie konsensusu i bez rejestracji indywidualnych wkładów poszczególnych partnerów we wspólnie osiągnięte wyniki. Tego rodzaju związki cechują często członków rodziny, przyjaciół i partnerów romantycznych. Natomiast związki bardziej przelotne i nie powiązane z własnym ja człowieka, to związki oparte na wymianie. W tego rodzaju związkach nie przejmujemy osobistej odpowiedzialności za losy i samopoczucie partnera, a wzajemne stosunki są bardziej oparte na „rynkowej” wymianie dóbr, z silnym podkreśleniem konieczności odwzajemnienia w krótkiej perspektywie czasowej. Margaret Clark i Judson Mills (1979), którzy wprowadzili to rozróżnienie, wykonali też wiele badań nad różnicami w funkcjonowaniu tych związków. Jak ilustruje tabela 9.2, rodzaj związku w dużym stopniu wyznacza zachowania prospołeczne. W związkach opartych na wspólnocie żyjemy w stosunku do partnera silniejsze oczekiwanie pomocy, a brak pomocy spotyka się z bardziej negatywną reakcją niż w związkach opartych na wymianie. Pomaganie jest ogólnie więcej, jego pojawianie się słabo zależy od sytuacji, a silnie od stanów emocjonalnych; reguła wzajemności działa w długim planie czasowym. Odwrotnie jest natomiast w przypadku związków opartych na wymianie (por. tabela 9.2). Omówione dwa typy związków nie wyczerpują wszystkich

Tabela 9.2. Związki oparte na wymianie i na wspólnocie: cechy definicyjne obu rodzajów związków i różnice dotyczące pomagania

Związki oparte na wymianie	Związki oparte na wspólnocie
CECHY DEFINICYJNE	
• brak związku z „ja” • krótka perspektywa czasowa • brak osobistej odpowiedzialności za potrzeby/stan partnera • rejestracja indywidualnych wkładów we wspólne wyniki • dzielenie dóbr według różnych reguł • decyzje podejmowane w oparciu o zdanie większości lub konsensus	• związek z „ja” • długa perspektywa czasowa • poczucie osobistej odpowiedzialności za potrzeby/stan partnera • brak rejestracji indywidualnych wkładów we wspólne wyniki • dzielenie dóbr według potrzeb • decyzje podejmowane w oparciu o konsensus
KONSEKWENCJE DLA POMAGANIA	
• słabe oczekiwanie pomagania • poszukiwanie pomocy małej, ale nie dużej • pomaganie w zależności od sytuacji • pomaganie słabo zależy od emocji odbiorcy • oczekujemy i domagamy się natychmiastowej wzajemności • szybka spłata długu wdzięczności	• silne oczekiwanie pomagania • poszukiwanie pomocy zarówno małej, jak i dużej • pomaganie niezależnie od sytuacji • pomaganie silnie zależy od emocji odbiorcy • wzajemność odroczonej w czasie (w przyszłość lub w przeszłość) • odroczone spłata długu wdzięczności

Źródło: na podstawie: Clark, Mills (1979) oraz Mills, Clark (1994).

możliwości. Antropolog Alan Fiske wyróżnił cztery typy podstawowych relacji społecznych, w obrębie których zachowania społeczne - w tym i pomocność - prawdopodobnie rządzą się dość odmiennymi regułami (por. *KONCEPCJA* 9).

Ogólnie rzecz biorąc, chętniej pomagamy także członkom grupy własnej, o której mówimy „my”, niż obcym. Wynika to z większego poczucia odpowiedzialności za członków grupy własnej oraz z utożsamiania ich dobra z dobrem własnym, a także z silniejszego uwikłania normy wzajemności w kontakty z członkami grupy własnej (częściej im coś zawdzięczamy z przeszłości i bardziej możemy liczyć na ich wzajemność w przyszłości). Poszerzanie kategorii „my” i włączanie w nią zróżnicowanych osób nasila prospołeczność. Porównania Europejczyków, którzy w czasie II wojny światowej ratowali - często z narażeniem własnego życia - i nie ratowali Żydów zagrożonych zagładą pokazały, że ci pierwsi mieli szerszą kategorię „my”: już w dzieciństwie kontaktowali się z większym i bardziej zróżnicowanym społecznie i etnicznie kręgiem osób, a jako dorośli utożsamiali się z większą liczbą bardziej zróżnicowanych ludzi (Oliner, Oliner, 1988).

Dramatyczną anegdotę ilustrującą dalekosiężne skutki rozszerzania kategorii „my” przytaczają Kenrick, Neuberg i Cialdini (1999, s. 318-320). W początku lat czterdziestych XX wieku, w Szanghaju, kontrolowanym podówczas przez Japończyków, znajdowała się wielotysięczna diaspora żydowska. Pomimo silnych nacisków antysemickich Niemiec hitlerowskich (podówczas militarnego sojusznika Japonii w walce z niemal całą resztą świata), Japończycy nigdy nie zdecydowali się na wydanie „swoich” Żydów. Dlaczego? Możliwe, że zadecydowało o tym następujące zdarzenie. Naczelne dowództwo japońskich sił zbrojnych wezwało do siebie w 1941 roku dwóch rabinów, duchowych przywódców szanghajskiej diaspory i zażądało odpowiedzi na pytanie, dlaczego nazistowscy sojusznicy tak gwałtownie Żydów nienawidzą i dlaczego Japończycy mieliby oprzeć się namowom wydania diaspory. Jeden z rabinów odpowiedział na to krótko: „Ponieważ my jesteśmy Azjatami, tak jak wy”, zaś drugi wdał się w dyskusję z obecnymi duchowymi japońskiej religii shinto nad jej podobieństwem do wyznania mojżeszowego. Ustalenie wspólnego „my” -jakby odległe nie były jego korzenie - i podkreślenie podobieństw między Japończykami i szanghajskimi Żydami prawdopodobnie uratowało tych ostatnich.

9.2.4. Właściwości osoby pomagającej

Sklonność do pomagania jest uzależniona także od właściwości osoby pomagającej - zarówno jej trwałych cech, jak i przelotnych stanów. Choć jak dotąd nie udało się wykryć niczego w rodzaju ogólnie skłonnej do pomagania osobowości altruistycznej, znaczna liczba badań przekonuje, że

pomocność nasilana jest przez empatię (Eisenberg, Miller, 1987). Przy czym *e m p a t i a* jest rozumiana albo jako afektywny stan wynikający z rozpoznania emocji innego człowieka i doświadczania własnych uczuć zgodnych z jego emocjami, albo jako cecha polegająca na skłonności do przeżywania takich stanów. Ludzie różnią się natężeniem empatii jako cechy (por. Davis, 1999), a wyższym wynikiem w kwestionariuszowych miarach empatii towarzyszy silniejsza skłonność do pomagania innym, choć średnia korelacja jest tu raczej niewielka - wyniosła jedynie 0,17 w metaanalizie 36 badań wykonanej przez Eisenberg i Millera.

Wiele uwagi poświęcono zmiennym stanom emocjonalnym jako wyznacznikom prospołeczności. Uczuciem wydatnie nasilającym pomaganie jest poczucie winy. Jeżeli klientki w dużym sklepie napotkają na swej drodze kobietę, której rozsypała się siatka z zakupami, zaledwie 15% z nich pomaga jej pozbiierać zakupy. Jeżeli jednak takie same klientki wprowadzone zostaną w przekonanie, że oto właśnie zepsuły wzięty z półki sklepowej aparat fotograficzny, aż czterokrotnie więcej pomaga nieznajomej (Regan, Williams, Sparling, 1972). Pomaganie służyć więc może jako sposób na odkupienie win, czego dowodzi także fakt, iż jego wzrost jest silniejszy, kiedy o naszej winie wiedzą inni, a słabszy kiedy pozbędziemy się poczucia winy w inny sposób (np. wyznając winę).

Co interesujące, pomaganie nie nasila wstyd, choć jest to emocja zbliżona do poczucia winy. Jednak różnica między nimi polega na tym, że poczuciu winy towarzyszy koncentracja na konkretnych, niewłaściwych postępkach, podczas gdy wstyd jest globalną reakcją na poczucie bezwartościowości własnej osoby. Stąd też poczuciu winy częściej towarzyszą próby konstruktywnego zaradzenia własnym niepożądanym działaniom, zaś wstydowni - raczej próby ucieczki lub destruktywne obrócenie gniewu przeciw innym (Tangney i in., 1996).

Zbliżone, czy nawet nominalnie te same emocje mogą więc wywierać zróżnicowany wpływ na pomaganie w zależności od tego, na czym dokładnie skupiają one uwagę przeżywającego je człowieka. Dowodzą tego także badania, w których wzbudzano w badanych smutek, prosząc ich o wyobrażanie sobie, że ich najbliższy przyjaciel umiera na raka (Thompson, Cowan, Rosenhan, 1980). Część badanych była przy tym proszona o wyobrażanie sobie swoich własnych uczuć w tej sytuacji („Wyobraź sobie, jak miesiącami starasz się go rozweselić, choć sam jesteś bardzo smutny (...) jak musisz przyglądać się jego umieraniu po kawałku, dopóki nie zostaniesz sam”), inna zaś część - o wyobrażanie sobie uczuć przyjaciela („Wyobraź sobie, jak leży całymi dniami na łóżku, przeczekując niekończące się godziny w nadziei na to, że coś się zdarzy i odwróci los. Bez skutku”). Obie grupy były jednakowo poruszone i smutne po tych wyobrażeniach, kiedy jednak poproszono je o anonimową pomoc po badaniu, udzieliło jej tylko 25% osób koncentrujących się uprzednio na własnych odczuciach, a aż 83% tych, którzy koncentrowali się na uczuciach innej osoby.

Poza konkretnymi emocjami, skłonność do pomagania innym pozostaje także pod wpływem bardziej rozlanego, niespecyficznego nastroju. Ogólnie rzecz biorąc, nastrój pozytywny podnosi szansę pomagania innym, zarówno wtedy, kiedy wywołany jest niedawnym sukcesem, jak i oglądaniem wesołego filmu, słuchaniem przyjemnej muzyki bądź dobrych wiadomości, a nawet ładną pogodą, czy znalezieniem monety w automacie telefonicznym (wszystkie te manipulacje w różnych eksperymentach nasilały pomaganie innym). Dzieje się tak dlatego, że pozytywny nastrój „nakłada nam różowe okulary”, czyli aktywizuje pozytywne kategorie interpretacyjne, dzięki czemu świat jest widziany jako przyjemniejszy, a ludzie - jako bardziej zasługujący na pomoc (Isen, 1984). Jednak zwykle zależy nam na utrzymaniu dobrego samopoczucia, stąd też wzrost nastroju hamuje takie formy pomagania, które mogłyby zepsuć dobry humor (np. dlatego, że oznaczają ryzyko albo narażają na kłopotliwe zainteresowanie ze strony innych), choć nasila takie formy pomagania, które dobry humor podtrzymują (np. aprobata i uznanie innych z powodu udzielenia pomocy).

Tak jak pozytywny nastrój podnosi dostępność dodatnio oznakowanych kategorii poznawczych, tak nastrój negatywny aktywizuje kategorie oznakowane negatywnie. Nastrój negatywny winien zatem hamować skłonność do pomagania i dowodzi tego wiele badań. Równie wiele badań wykazuje jednak wzrost prospołeczności pod wpływem negatywnego nastroju. Dzieje się tak dlatego, że pomaganie innym jest stosunkowo prostą i często stosowaną techniką wychodzenia z negatywnego nastroju i wprowadzania siebie w dobry humor, jak twierdzą Cialdini, Kenrick i Baumann (1981). Skoro tak, to wzrost pomagania pod wpływem złego nastroju powinien występować jedynie u osób przekonanych o możliwości zmiany własnego nastroju. Sprawdzano to w eksperymencie, w którym badanych wprowadzano w smutny, neutralny lub wesoły nastrój oraz podawano im „lekarstwo” (w rzeczywistości tonie), które - jak powiedziano części badanych - ma to do siebie, że całkowicie „zamraża” nastrój człowieka na 30 minut (pozostała część badanych była natomiast nadal przekonana o możliwości zmiany własnego nastroju). Następnie wszyscy badani mieli możliwość udzielenia pomocy innej osobie. Informacja o zamrożeniu nastroju nie wpływała na pomaganie badanych w nastroju pozytywnym i neutralnym, ale istotnie hamowała skłonność do pomagania u badanych w nastroju smutnym (Manucia, Baumann, Cialdini, 1984).

Co więcej, Cialdini i współpracownicy zauważają, że większość badań, w których wykazano spadek prospołeczności pod wpływem złego nastroju, to badania na dzieciach, podczas gdy większość badań wykazujących wzrost pomocności to badania na osobach dorosłych. W przeciwieństwie do dzieci, dorośli wiedzą już, że pomaganie innym poprawia człowiekowi własny humor. W zgodzie z hipotezą naprawy nastroju pozostają też wyniki badań wskazujące, że nie każdy rodzaj pomagania ulega nasileniu pod wpływem

ZZYCIA9.b Jasne i ciemne strony rywalizacji

Prospofeczność prowadzi do kooperacji, a więc takiego współdziałania z innymi, że własne cele zostają osiągnięte tylko wtedy, kiedy osiągnięte zostają i cele innych ludzi. Przeciwnieństwem kooperacji jest rywalizacja -gdy cele własne zostają osiągnięte pod warunkiem, że inni nie zrealizują swoich celów. Co jest lepsze dla ludzi i całych społeczeństw - kooperacja czy rywalizacja?

Tadeusz Tysza (1998) wskazuje na jasne strony rywalizacji. Najważniejsza dotyczy organizacji rynku produkcji i usług - dzięki konkutowaniu o klienta wytwórcy różnych dóbr i usług produkują swoje wytwory lepiej i taniej, zaś pracownicy współzawodnicząc o pracę, podnoszą swoje kwalifikacje i wydajność. Wskutek tego ogólna ilość produkowanych dóbr, a w konsekwencji i poziom zaspokojenia potrzeb ludzkich osiągnęły niespotykane nigdy przedtem rozmiary na poważnej części globu. Dodać można, że na zasadzie rywalizacji opiera się też współczesna demokracja - konkurencja między różnymi politykami i partiami ubiegającymi się o ten sam urząd zapewnia bezkruwawą wymianę elit (a w dziejach ludzkości wymianie takiej z reguły towarzyszyły wojny wewnętrzne lub zewnętrzne) oraz hamuje nadużycia polityków, choć nie do końca skutecznie. Abra (1993) wskazuje też, że w wielu dziedzinach (sport, sztuka, nauka) posiadanie przeciwnika „do pokonania” jest w ogóle warunkiem rozwoju, a porównanie z innymi bywa jedyną miarą trudności zadania i sukcesu. Rywalizacja wiąże się też ze skłonnością do podejmowania ryzyka i motywacją osiągnięć, a życie bez rywalizacji byłoby nudne i monotonne, podsumowuje Tysza (1998).

Ciemne strony rywalizacji wskazuje natomiast Dariusz Doliński (1998). Liczne przytaczane przez niego badania wskazują, że rywalizacja:

- obniża motywację wewnętrzną - ludzie przestają działać dla przyjemności a za czynają - by okazać się lepszymi od innych;
- szkodzi zdrowiu - zbliżanie się sytuacji rywalizacyjnych nasila lęk i inne objawy stresu, a młodzież zachęcaną do rywalizacji cechują gorsze wskaźniki zdrowia psychicznego w rodzaju skłonności depresyjnych, neurotycznych i wrogości do innych;
- utrudnia uczenie się i obniża poziom twórczości - podnosi poziom wykonania w prostych zadaniach motorycznych, jednak we wszystkich pozostałych, w szczególności wymagających twórczości, do lepszych wyników prowadzi współpraca lub działania indywidualne;
- zagraża poczuciu własnej wartości - działanie, by okazać się lepszym od innych, stawia wartość własnego ja w centrum uwagi; przy czym struktura sytuacji rywalizacyjnych jest zwykle taka, że wygrywa tylko jedna osoba, a pozostałe przegrywają - per saldo więcej ludzi ponosi więc straty niż odnosi zyski psychiczne;
- rodzi nieufność, niechęć i wrogość do innych - negatywne myślenie o innych i działanie na ich szkodę jest często warunkiem wygranej.

Największy paradoks rywalizacji polega na tym, że choć jej celem jest maksymalizacja zysków, czasami struktura sytuacji sprawia, że to właśnie rywalizacja naraża na kolosalne straty. Taką sytuacją jest współzawodnictwo polegające na dokonywaniu inwestycji, które można odzyskać tylko wygrywając, a które bezpowrotnie tracimy wycofując się z gry. Przykładem jest licytacja o 1 dolara. Każdy z uczestników gry może go wygrać, pod warunkiem, że zaoferuje więcej niż przeciwnik. Przy tym zasada jest taka, że trzeba do banku wpłacić zaoferowaną na koniec sumę, niezależnie od tego, czy się wygra, czy przegra. Uczestnicy gry zaczynają zwykle od kilku centów, ale oczywiście trudno pogodzić się, by nasz przeciwnik kupił dolara za 5 centów, kiedy my możemy go dostać za 10 centów. Przeciwnik myśli tak samo, więc oferuje 20 centów, my dajemy 30 itd. Niezauważalnie przekroczona zostaje granica oferty

w wysokości jednego dolara (po której można już tylko przegrać, ale zawsze jest nadzieja, że dzięki dalszej licytacji przegramy mniej niż przeciwnik) i zwykle ludzie zatrzymują się na poziomie 7-8 dolarów, po wpłacie których otrzymują swojego upragnionego 1 dolara (Teger, 1980). Jak widać, takiej gry nie można wygrać, można jedynie powstrzymać się od udziału (lub zorganizować ją innym).

złego nastroju. Zjawisko to dotyczy w szczególności sytuacji, gdy: (1) zachowanie pomocne jest łatwe i nie wymaga dużego wysiłku; (2) można wierzyć, że wykonanie tego zachowania poprawi własny humor wykonawcy; (3) niedostępne są inne formy poprawienia złego nastroju; (4) początkowy zły nastrój jest niezbyt silny (Berkowitz, 1987).

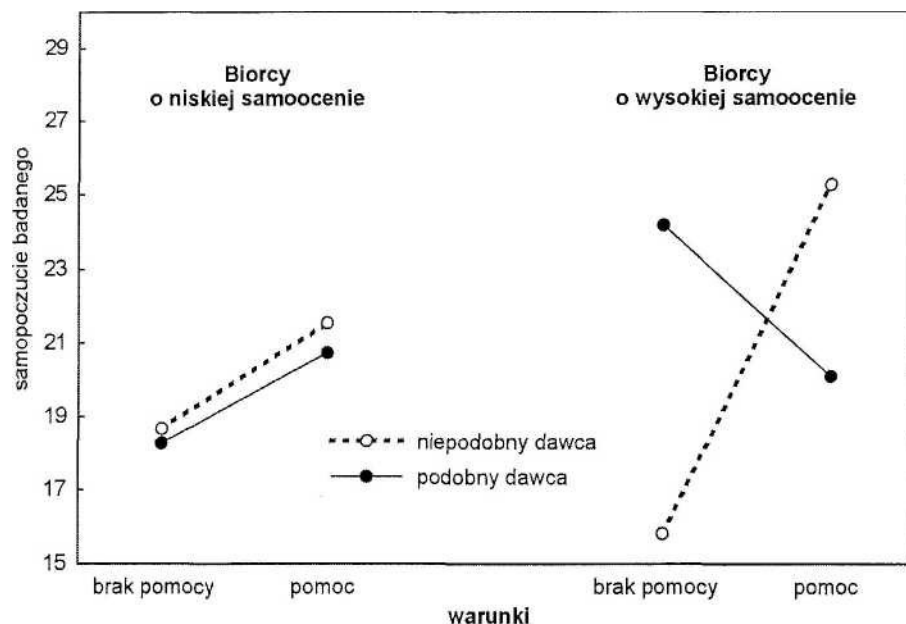
9.3. REAGOWANIE NA POMOC

Pewna przypowieść dydaktyczna mająca skłonić do pomocności mówi o młodym człowieku, który idąc ulicą napotkał leżącego staruszkę. Młodzieniec zatrzymał się, podniósł staruszkę, zorientował się, że zasłabł, więc odprowadził go do domu. Na miejscu okazało się, że staruszek jest bardzo bogaty i z wdzięczności ofiarował młodzieńcowi milion (dolarów, oczywiście). Przypowieść jest kiczowata nie tylko dlatego, że naiwnie wmawia materialną opłacalność bezinteresownej pomocy, ale także dlatego, że niemniej naiwnie zakłada wdzięczność biorcy pomocy. Hinduskie przysłowie mówi: „Dlaczego mnie nienawidzisz - przecież nigdy ci nie pomogłem?”, a wdzięczność nie jest jedyną możliwą reakcją osoby otrzymującej pomoc. Trzy najważniejsze czynniki decydujące o wdzięcznej, bądź niechętnej reakcji biorcy na pomoc, to: zagrożenie dla samooceny, zagrożenie dla sprawiedliwej wymiany oraz reaktancja.

Jak wskazują Arie Nadler i Jeffrey Fisher (1986), pomoc innego człowieka może wspierać naszą samoocenę (świadczy o tym, że jesteśmy lubiani, otoczeni przyjaciółmi, na których można liczyć), bądź jej zagrażać (zaświadcza, że nie potrafimy sami sobie poradzić, jesteśmy bezsilni i niekompetentni). O faktycznych skutkach pomocy dla samooceny decyduje współdziałanie cech biorcy i dawcy pomocy oraz sytuacji, w której do pomocy dochodzi. Rysunek 9.5 przedstawia wyniki badania, którego uczestnicy rozgrywali grę symulującą zakupy na giełdzie i ponosili porażkę. Część z nich mogła się jednak z porażki podnieść dzięki pomocy partnera w grze - ofiarował im żetony pozwalające się odegrać (część badanych nie otrzymywała pomocy). Przy tym część badanych była przekonana, że partner jest do nich podobny pod względem różnych postaw i poglądów, zaś część - że jest do nich niepodobny. Zmienną zależną było w tym badaniu samopoczucie osób badanych po zakończeniu gry i otrzymaniu lub nieotrzymaniu pomocy. Jak pokazuje lewa część rysunku 9.5, badani o niskiej samoocenie czuli się nieznacznie lepiej po otrzymaniu pomocy niż bez pomocy, niezależnie od tego, kto im jej udzielał. Pomoc partnera nie stanowiła dla nich zagrożenia, jako że i tak niezbyt dobrze o sobie myśleli. Natomiast badani o samoocenie

wysokiej silnie różnicowali reakcje na pomoc osób podobnych i niepodobnych. Pomoc partnera niepodobnego wywoływała polepszenie ich samopoczucia, natomiast pomoc podobnego - spadek samopoczucia, ponieważ pomoc ze strony osób podobnych jest bardziej zagrażająca dla samooceny (w myśl zasady - skoro on, taki sam człowiek jak ja, musi mi pomóc, bo sam nie mogę dać rady - to musi coś być ze mną nie w porządku). Wyniki te uzyskano wielokrotnie, dla różnych rodzajów pomocy i podobieństwa, stwierdzając, że pomoc przyjaciół może być bardziej bolesna od pomocy nieznajomych - ale tylko wtedy, gdy porażka była widziana jako niedostatek własnej inteligencji, a niejako skutek braku szczęścia. W tej ostatniej sytuacji ludzie chętniej zresztą poszukują cudzej pomocy, niż wtedy gdy przypisują bezradność własnym wadom. Np. dzieci niechętnie proszą o pomoc w matematyce, jeśli uważają takie zapotrzebowanie za przejaw własnej tępoty, choć na szczęście zahamowanie to pojawia się dopiero u dzieci starszych, około siódmej klasy (Newman, 1990). Jednak decydujące znaczenie ma tu zachowanie pomagającego podczas udzielania pomocy - na pewno inaczej zareagujemy na kolegę, który holuje nasz zepsuty samochód ze słowami: „No i czemu ty jeździsz takim beznadziejnym gratem, kup sobie coś lepszego”, a inaczej na przyjaciela, który holuje (znowu) zepsuty pojazd ze słowami: „No cóż, ma już swoje lata, ale prezentuje się nadal wspaniale - ma taką szlachetną linię”.

Rysunek 9.5. Samopoczucie badanych o niskiej i wysokiej samoocenie w warunkach braku pomocy lub pomocy otrzymanej od osoby podobnej lub niepodobnej do nich samych



Drugi czynnik decydujący o reakcji na pomoc wiąże się z zasadami sprawiedliwej wymiany społecznej. Przekonanie, iż nie będziemy w stanie odwzajemnić się dawcy, powoduje unikanie jego pomocy i bardziej negatywne reakcje na jej ofertę lub przejawy. Podobnie pozytywne reakcje na pomoc nasilane są świadomością, że w przeszłości sami pomogliśmy pomagającemu (Wills, 1992).

Trzeci wreszcie czynnik decydujący o reakcji na pomoc, to wspomniana już reaktancja. Jeżeli nieproszona pomoc traktowana jest jako próba wymuszenia na nas wzajemności, a tym samym ograniczenia naszej swobody wyboru, reagujemy na nią niechęcią i pragnieniem wywikłania się z takiego kontaktu, czasem przez pospieszne i dysproporcjonalne odwzajemnienie się z „nadpłatą”.

9.4. PODSUMOWANIE

Zachowania pomocne to działania ukierunkowane na spowodowanie jakiejś korzyści innego człowieka, niezależnie od korzyści, jakie może z niego mieć osoba pomagająca. Cztery główne teorie pomocności, to: decyzyjny model interwencji kryzysowej (zakładający, że pomoc w takiej sytuacji jest konsekwencją licznych decyzji osoby pomagającej), teorie pobudzenia (zakładające, iż udzielanie pomocy jest konsekwencją redukcji własnego pobudzenia wywołanego cierpieniem ofiary jakiejś sytuacji kryzysowej), teorie norm (zakładające, iż pomaganie jest rezultatem ulegania normom społecznym, szczególnie normie odpowiedzialności społecznej i wzajemności) oraz teorie ewolucjonistyczne (dostosowanie łączne, wliczając krewnych oraz altruizm wzajemny). Najważniejsze wyznaczniki pomagania to obecność i zachowanie innych (liczni współobecni świadkowie hamują pomoc wskutek zjawiska niewiedzy wielu i rozproszenia odpowiedzialności; jednak inni ludzie mogą też nasilać pomocność, jeśli sami są prospołeczni lub za to nagradzają) oraz relacje między dawcą i odbiorcą pomocy: częściej pomagamy tym, których lubimy, którzy są do nas podobni, z którymi mamy wspólne „my”. Skłonność do pomagania nasila poczucie winy (ale nie wstyd) oraz dobry nastrój - o ile pomoc nie wymaga działań, które zepsułyby ten nastrój. Zły nastrój może hamować prospołeczność, lub -jeśli akt pomocy jest w stanie pomóc w ucieczce od własnego smutku - ją nasilać. Trzy najważniejsze czynniki decydujące o wdzięcznej bądź niechędnej reakcji biorcy na pomoc, to: zagrożenie dla samooceny, pogwałcenie sprawiedliwej wymiany dóbr lub usług oraz reaktancja.

Źródło: Nadler, Fisher, Streufert (1976).

KONCEPCJA 9

Podstawowe typy relacji społecznych

Antropolog Alan P. Fiske (1992), opierając się na obserwacji licznych i zróżnicowanych kultur, sformułował koncepcję zakładającą, iż kontaktami międzyludzkimi we wszystkich społeczeństwach rządzą cztery podstawowe typy relacji: wspólnotowa, hierarchiczna, równościowa i wymiany rynkowej. Przedstawia je tabela 9.3. Wedle tej koncepcji ludzie wchodzą w interakcje z innymi na podstawie rozpoznania nie tylko ich indywidualnych właściwości (jak płeć, wiek, cechy osobowości), ale przede wszystkim rozpoznania relacji, jaka ich łączy (przy czym rzeczywisty związek osób może zawierać pewną mieszankę różnych typów relacji - jeżeli mamy tego samego szefa od 20 lat, może nasz nim łączyć związek o cechach

relacji hierarchicznej i wspólnotowej). Osoby, z którymi łączy nas ta sama relacja są traktowane w podobny sposób, a rodzaj relacji dyktuje sposób spostrzegania kontaktu, normy i oczekiwania adresowane do partnera, kierowane na niego reakcje emocjonalne i działania.

Zgromadzone przez tego autora obserwacje wskazują, że w bardzo zróżnicowanych kulturach świata te cztery typy relacji regulują znaczną część życia społecznego: rządzą cyrkulacją wszelkiego rodzaju zasobów w różnych rodzajach transakcji (wymiana lub dzielenie dóbr), wyznaczają sposoby podejmowania decyzji, stanowią podstawę organizacji grup społecznych, decydują o społecznym znaczeniu norm moralnych, znaczeniu sprawiedliwości, ziemi, czasu itd. Np. ziemia z punktu widzenia relacji wymiany rynko-

wej jest traktowana jako inwestycja (tak traktują ją w Polsce liberałowie otwarci na świat i dążący do integracji z Unią Europejską); z punktu widzenia relacji wspólnotowej ziemia widziana jest przede wszystkim jako ojczyzna i zakotwiczenie zbiorowej tożsamości („nie rzucim ziemi skąd nasz ród” - śpiewają przeciwnicy sprzedawania ziemi cudzoziemcom); z punktu widzenia relacji hierarchicznej-jako dziedzictwo i własność księcia czy króla oddawana przezeń w użytkowanie poddanym (jak w systemie feudalnym, który panował w Europie przez tysiące lat); wreszcie z punktu widzenia relacji równościowej, posiadanie ziemi stanowić może oznakę równego statusu uprawniającego np. do głosowania (jak w Polsce szlacheckiej). Ludzie nie myślą świadomie o innych w kategoriach łączącej ich z nimi relacji, podobnie jak nie myślą w kategoriach syntaktycznych, posługując się językiem. Niemniej zdają się patrzeć na świat społeczny przez pryzmat tych typów relacji. Psychologicznej realności owych czterech typów relacji dowodzi wiele badań empirycznych.

Po pierwsze, nad pomyłkami społecznymi. Kiedy mylimy jednego człowieka z drugim (np. zwracając się do kogoś niewłaściwym imieniem, wybierając nie ten numer telefonu, omyłkowo przypominając sobie, że dana osoba coś robiła, podczas gdy faktycznie zrobił to ktoś inny), mylone osoby mają to do siebie, że łączy nas z nimi ten sam rodzaj relacji i jest to znacznie silniejszy wyznacznik omyłek niż podobieństwo cech mylonych osób. Do chłopaka na randce możesz się zwrócić omyłkowo imieniem poprzedniego chłopaka (dlatego lepiej do wszystkich mówić „Misiu”), ale nigdy przez pomyłkę nie zwrócisz się do niego imieniem własnego ojca. Takiej struktury pomyłek społecznych dowodzą badania nad ludźmi z różnych kultur, jak Amerykanie, Bengalczycy, Chińczycy i lud Vai z Sierra Leone (Fiske, 1993; Fiske, Haslam, Fiske, 1991).

Po drugie, badania nad intencjonalnym zastępowaniem jednych osób innymi. Jeżeli organizujemy imprezę i okazuje się, że dwaj koledzy nie mogą przyjść, to zapraszamy następne dwie osoby, ale również kolegów, a nie np. dwóch wykładowców uczelni, na której studiujemy (Fiske, Haslam, 1996).

Tabela 9.3. Cztery podstawowe typy relacji społecznych

Relacja	Istota	Przykład
wspólnotowa	Uczestnicy relacji utożsamiają się ze sobą nawzajem, są ekwiwalentni (zastępowalni). Liczy się przynależność do wspólnego „my”, indywidualna tożsamość jest ignorowana.	matka i dziecko, związki miłosne, pluton pod ogniem
hierarchiczna	Asymetryczna relacja uporządkowana pionowo - z dowolnych dwóch osób jedna jest zawsze wyżej, druga niżej. Przywileje i obowiązki zależą od miejsca w hierarchii - osoby stojące wyżej mają prawo do pierwszeństwa, większych korzyści (kosztem położonych niżej) i szacunku, ale mają też większe obowiązki o charakterze opiekuńczo-obronnym. Osoby stojące niżej - odwrotnie.	wojskowa hierarchia dowodzenia, zależności feudalne senior-wasal
równościowa	Dobieranie się i współpraca równych sobie jednostek. Uczestnicy relacji pilnują równowagi i reguły wzajemności. Dzielią dobra po równo, robią różne rzeczy na zmianę, rozstrzygają drogą głosowania (czasem losowania), stosują strategię „wet za wet”.	mieszkańcy wspólnego pokoju w akademiku
wymiany rynkowej	Uczestnicy relacji działają na zasadzie bilansowania zysków i kosztów; utrzymują stosunki gdy im się to opłaca (zyski są proporcjonalne do poniesionych kosztów). Istotną rolę odgrywa relacja popytu-podaży, ceny, zarobki, stopa zysku.	kupujący-sprzedający, biuro podróży - turysta

Źródło: według koncepcji Fiske (1992)

Po trzecie, badania nad przechowywaniem w pamięci informacji o ludziach. Jeżeli poprosić badanych, aby wymienili wszystkich znanych sobie ludzi, to wymieniają ich w dużym stopniu wiązkami osób, z którymi łączą ich podobne relacje. Ten porządek wymieniania osób świadczy o porządku, w jakim informacje na ich temat zapisane są w pamięci (ibidem).

Po czwarte, badania nad spostrzeganiem relacji społecznych dowodzą, że konkretne związki międzyludzkie stanowiące „egzemplarz” którejkolwiek z czterech podstawowych relacji wydają się ludziom typowe i naturalne, w przeciwieństwie do związków łączących w sobie elementy różnych relacji podstawowych. Wreszcie przynależność konkretnych, znanych nam osób do dowolnego z czterech typów relacji jest skokowa - albo dana osoba wyraźnie wpada, albo nie wpada w dany typ relacji (Haslam, 1994).

Z relacyjnego punktu widzenia zupełnie odmiennie będą się przedstawiać wyznaczniki atrakcyjności interpersonalnej, sprawiedliwości, agresji i pomocności w stosunku do osób, z którymi łączą nas odmiennego rodzaju relacje. Np. norma odpowiedzialności społecznej zapewne wcale nie obowiązuje w relacjach wymiany rynkowej (nawet jeżeli sklepik na rogu miałby upaść z braku klientów, nie czujemy obligacji do robienia tam zakupów), a w relacji hierarchicznej w inny sposób obliuguje tych, którzy są na górze i tych, którzy są na dole relacji. Jak widzieliśmy, norma odpowiedzialności społecznej ulega wyłączeniu, gdy człowiek znajdzie się w krytycznej sytuacji z własnej winy, jednakże zdaje się to dotyczyć głównie relacji równościowej, ale już nie wspólnotowej (bliscy krewni pomagają sobie niezależnie od tego, co jest przyczyną opresji). Teoria podstawowych typów relacji społecznych dostarcza nowego sposobu myślenia o ludzkich interakcjach i pozwala inaczej spojrzeć na wiele wyznaczników zachowań społecznych -jako ograniczonych do niektórych tylko rodzajów relacji. Także myślenie o otoczeniu społecznym może być wyznaczone nie tylko cechami spostrzeganych osób i kategoriami społecznymi w rodzaju stereotypów, ale myśleniem w kategoriach różnych relacji.

Podstawowe pojęcia

- altruizm
 - decyzyjny model interwencji kryzysowej
 - egzocentryczna motywacja pomagania
 - empatią
 - endocentryczna motywacja pomagania
 - kooperacja
 - model pobudzenia/bilansu
 - niewiedza wielu
 - norma odpowiedzialności społecznej
 - norma wzajemności
 - normy społeczne
- opisowe
 - powinnościowe
 - prospołeczność
 - relacja hierarchiczna
 - relacja równościowa
 - relacja wspólnotowa
 - relacja wymiany
 - rozproszenie odpowiedzialności
 - rywalizacja
 - teoria altruizmu wzajemnego
 - teoria dostosowania łącznego
 - zachowania pomocne zjawisko
 - obojętnego przechodnia związki
 - oparte na wspólnocie związki
 - oparte na wymianie

Literatura zalecana

Jarymowicz M. (1979). *Modyfikowanie wyobrażeń dotyczących „ja” dla zwiększania gotowości do zachowańprospołecznych*. Wrocław: Ossolineum.
Karyłowski J. (1982). *O dwóch typach altruizmu*. Wrocław: Ossolineum.
Reykowski J. (1979). *Motywacja, postawy prospołeczne a osobowość*. Warszawa: Państwowe Wydawnictwo Naukowe.

ROZDZIAŁ 10

AGRESJA

Historia ludzkości to historia przemocy. W ciągu 5600 lat udokumentowanych dziejów naszego gatunku miało miejsce ponad 14600 wojen, co oznacza 2,6 wojny przypadającej na jeden rok (Montagu, 1976). Z agresją spotyka się też osobiście prawie każdy z nas - np. od 10 do 20% kobiet zostaje co najmniej raz w życiu zgwałconych (patrz: *ZŻYCIA 10.a*), a zmiana systemu społeczno-politycznego w Polsce, niosąc wolność obywatelom, przyniosła też i wolność czynienia zła: między rokiem 1989 a 1999 liczba zabójstw wzrosła dwukrotnie, zaś rozbojów trzykrotnie.

Najczęściej przyjmowana definicja agresji określa ją jako zachowanie ukierunkowane na zadanie cierpienia innemu człowiekowi, który jest motywowany do uniknięcia tego cierpienia (Baron, 1977). Jeżeli cierpienie ofiary jest głównym bądź jedynym celem sprawcy, mamy do czynienia z agresją wrogą (gniewną). Jeżeli cierpienie to służy sprawcy jedynie jako instrument do osiągnięcia innego celu (jak w przypadku rabunku czy wymuszenia), mamy do czynienia z agresją instrumentalną. W myśl tej definicji np. zabiegi dentysty nie są agresją („ofiara” godzi się na cierpienie), zaś aby działanie sprawcy można było za agresję uznać niekonieczne jest ani faktyczne cierpienie ofiary (np. jeżeli agresja okazała się nieskuteczna), ani świadoma intencja sprawcy, aby krzywdę wyrządzić, bowiem nie wszystkie swoje rzeczywiste cele człowiek sobie uświadamia, szczególnie jeśli są one nieakceptowalne na gruncie przyjmowanych przezeń norm.

10.1. SKĄD BIERZE SIĘ ZŁO: TEORIE AGRESJI

Agresja stanowi nieustającą bolączkę ludzkości, nic więc dziwnego, że próbowano wyjaśniać ją na różne sposoby, z których omówimy trzy główne typy. Pierwsza spośród trzech głównych teorii agresji, teoria instynktu, widzi ją jako zachowanie wrodzone, zdeterminowane biologiczną koniecznością wyładowania agresywnej energii, mało podatne na wpływy zewnętrzne i proces uczenia. Teoria uczenia się zajmuje wręcz przeciwne stanowisko zakładając, że agresja, podobnie jak prawie wszystkie ludzkie zachowania, jest nabytym w trakcie życia rezultatem uczenia. Teoria

ZŻYCIA 10.a Być ofiara gwałtu

Ankiety przeprowadzane na dużych próbkach kobiet wskazują, że co piąta dorosła kobieta staje się przynajmniej raz w życiu ofiarą gwałtu, który zresztą tylko w kilkunastu procentach przypadków dokonywany jest przez zupełnie obcego napastnika (Koss, Harvey, 1991, są to dane amerykańskie z lat 80.; oszacowania częstości gwałtu są zwykle niższe dla innych krajów, co jednak może wynikać z różnic metodologicznych). Jednak tylko nieco mniej niż połowa poszkodowanych mówi o tym komukolwiek, a jedynie 5-10% zgłasza się na policję. Około połowa kobiet twierdzi również, iż było w ciągu życia ofiarami molestowania seksualnego, choć nie ma zgody nawet wśród badaczy jak zakreślić ramy tego terminu (O'Donohue, Downs, Yeater, 1998).

Bezpośrednim następstwem gwałtu jest silny lęk (o życie, przed powrotem napastnika, przed samotnością, przed aktywnością seksualną) słabnący dopiero po około 3 tygodniach. Potem dominującym objawem staje się depresja wraz z poczuciem beznadziejności, upokorzenia i myślami samobójczymi. Obniżenie satysfakcji z życia seksualnego, rodzinnego i zawodowego jest widoczne przez wiele miesięcy, zaś jeszcze w dwa lata po gwałcie stwierdza się u ofiar istotne pogorszenie stanu zdrowia. Niemal wszystkie badania „poprzeczne” (porównujące aktualne funkcjonowanie ofiar gwałtu z kobietami niemającymi za sobą tego doświadczenia) wykazują obniżenie niektórych wskaźników przystosowania psychicznego ofiar nawet w 20 lat po gwałcie.

Poważnym problemem psychicznym ofiar jest samoobwinianie, a także obciążanie ich winą przez innych za „lekkomyślne” działania doprowadzające do zgwałcenia. Ma to co najmniej trojake przyczyny.

Po pierwsze, obwinianie ofiar przywraca wiarę w sprawiedliwość świata i jego porządek, co pozwala nadal wierzyć, że każdy dostaje to, na co zasłużył.

Po drugie, obwinianie takie jest przejawem złudzenia mądrości po fakcie, polegającego na tym, że znajomość rzeczywistego skutku jakichś działań prowadzi do przeceniania prawdopodobieństwa, z jakim działania te do owego skutku prowadzą. Np. w pewnej serii badań (Janoff-Bulman, Timko, 1985) przedstawiano ludziom szczegółowy opis działań kobiety i mężczyzny, który albo kończył się neutralnie (mężczyzna odwiózł kobietę do domu), albo informacją, że mężczyzna ów zgwałcił kobietę. Badani znający wynik neutralny oceniali go jako bardziej prawdopodobny niż gwałt, badani świadomi wystąpienia gwałtu oceniali gwałt jako bardziej prawdopodobny efekt opisanej sytuacji. Badani świadomi gwałtu bardziej też potępiali działania kobiety niż badani, dla których opis kończył się wynikiem neutralnym (mimo że działania te były identyczne), a skłonność do potępienia była tym większa, im bardziej badani ulegali temu złudzeniu mądrości po fakcie, wynikającemu z heurystyki symulacji (por. rozdz. 2.3.3). Obwinianiu ofiary gwałtu najbardziej sprzyja jej ubiór - im skąpszy, tym silniejsze obwinianie. Podobnie działa informacja o jej „złym prowadzeniu się”, natomiast atrakcyjność ofiary i stopień jej znajomości ze sprawcą nie wywierają systematycznego wpływu na obwinianie (Whatley, 1996).

Trzecim wreszcie powodem obwiniania ofiar i ich samoobwiniania jest uleganie ideologii, że gwałt jest mitem. Ideologia ta zawiera przekonania, że kiedy kobieta mówi „nie”, to naprawdę myśli „tak”; że kobiety w gruncie rzeczy uwielbiają, by je brać siłą i że sprawia im to przyjemność, nawet kiedy się jej wypierają; że nie można kobiety osiąść, kiedy ona tego naprawdę nie chce; że tylko szczególny (gorszy) rodzaj kobiet jest gwałcony. Badania nad gwałtem i jego ofiarami podsumowane w monografii Koss i Harvey (1991) nie pozostawiają wątpliwości, że sama ta ideologia jest mitem i nie ma nic wspólnego z faktami.

popędu zajmuje tu stanowisko pośrednie, zakładając, że agresja stanowi wprawdzie rozładowanie popędu, jednak sam ów popęd i sposób jego rozładowania jest rezultatem oddziaływania czynników sytuacyjnych.

10.1.1. Agresja jako instynkt

Duża częstość agresji rodzi wrażenie, iż jest to zachowanie uniwersalne i nieuniknione, co z kolei aż „prosi się” o wyjaśnienie biologiczne w kategoriach instynktu, który miałby stanowić niezbędny element ludzkiej natury. Głównym inicjatorem teorii agresji jako instynktu był Konrad Lorenz (1965; 1996), współtwórca etologii, nauki o zachowaniu zwierząt. Zakładał on, że agresja jest wrodzonym wzorcem zachowania, automatycznie wzbudzanym przez pojawienie się w otoczeniu odpowiednich „wyzwalaczy” oraz hamowanym przez pojawienie się odpowiednich „kontrwyzwalaczy”. Organizm nie musi uczyć się znaczenia ani jednych, ani drugich, gdyż zdolność do stosownego reagowania na te bodźce jest mu wrodzona. Co więcej, agresja ma charakter spontaniczny, tzn. może pojawiać się bez jakichkolwiek powodów zewnętrznych. Wyjaśnia to hydrauliczna koncepcja agresji zakładająca, iż energia agresywna jest spontanicznie i w stałym tempie produkowana oraz gromadzona wewnątrz organizmu (na podobieństwo wody stale napływającej pod ciśnieniem do zbiornika). Stały napływ tej energii powoduje konieczność jej okresowego rozładowywania przez agresywne zachowanie, co następuje pod wpływem pojawienia się typowych bodźców spustowych - wyzwalaczy agresji. Rozładowanie takie jest przy tym nagradzające (przynosi ulgę) i także z tego powodu poszukiwane. Im dłużej agresja nie jest rozładowywana (i wciąż napływa do „zbiornika”), tym słabsze wyzwalacze wystarczają do jej spustu. Duże nagromadzenie energii prowadzi do jej rozładowania pod nieobecność wyzwalaczy typowych, a nawet jakichkolwiek (spontaniczna eksplozja agresywna). Jednak nawet typowe wyzwalacze agresji nie wystarczają do jej pojawienia się, jeżeli poziom nagromadzonej energii jest bardzo niski. To z kolei możliwe jest tylko pod warunkiem uprzedniego rozładowania energii przez zachowanie agresywne, bądź jemu podobne, choć nie jest jasne, na jak długo takie rozładowanie wystarcza. W każdym razie agresja jest nieuchronna tak u zwierząt, jak i u ludzi, a jedyny sposób, w jaki ci ostatni mogą sobie z nią poradzić, to rozładowywać agresywny instynkt przez częste, a mało szkodliwe akty agresji i podobne działania. Te poglądy uczyniły Lorenza ogromnym zwolennikiem wiary w oczyszczające działanie uprawiania i oglądania sportów oraz wszelkich nieszkodliwych form rywalizacji.

Prace etologów, a w szczególności samego Lorenza, pisane są językiem pięknym i barwnym, co zadecydowało o ich ogromnej popularności i sile przekonywania. Nie zmienia to jednak faktu, że proponowana w nich wizja agresji ludzkiej jest z gruntu fałszywa.

Po pierwsze, bardzo wątpliwa jest teza, jakoby wzorce zachowania agresywnego były u wszystkich zwierząt wrodzone i mało podatne na wpływy

indywidualnego doświadczenia. Choć takie wzorce powszechnie obserwuje się ryb i ptaków, u bardziej zaawansowanych ewolucyjnie zwierząt typowe dla danego gatunku zachowanie agresywne może się w ogóle nie pojawiać. Dotyczy to nawet tak przysłowiowej agresji, jak zabijanie szczurów przez koty. Jeżeli małe kotki wychowywane są w warunkach pozwalających na obserwowanie matki zabijającej szczury, 87% procent staje się w dorosłym życiu zabójcami szczurów. Jeśli jednak są wychowywane w całkowitej izolacji od szczurów, tylko 45% spontanicznie zabija szczury w dorosłym życiu, zaś procent ten spada do 17, jeżeli kotki rosną przy stałej obecności szczurów, nie obserwując jednak nigdy ich zabijania (Kuo, 1938). Wcale więc niejasne, które z tych zachowań - zabijanie szczurów czy pozostawianie z nimi w dobrej komitywie - jest zachowaniem wrodzonym. Natężenie agresji przejawianej przez ssaki jest więc bardzo silnie modyfikowane indywidualnym doświadczeniem osobnika. Skłoniło to Kuo (1967) do postulowania, że im bardziej zaawansowany gatunek, tym bardziej czynniki genetyczne decydują jedynie o behawioralnym potencjale, możliwym zakresie zachowań osobnika, nie zaś o konkretnej postaci, jaką zachowania te przybiorą. O konkretnej postaci tych zachowań decyduje natomiast środowisko i jego oddziaływanie.

Po drugie, nie ma żadnych danych dowodzących jakoby u wyższych zwierząt agresywna energia była spontanicznie produkowana i składowana w organizmie, a jej kumulacja prowadziła do spontanicznej agresji pod nieobecność jakiegokolwiek prowokacji. Najczęściej tu przywoływanym argumentem są wyniki eksperymentów nad rybami, od których do ludzi bardzo daleko, a wnioskowanie o zachowaniu ludzi na podstawie obserwacji zwierząt ma równie niewiele sensu, jak wnioskowanie o oddychaniu przez płuca na podstawie danych o budowie rybiego skrzela.

Prowadzi to nas do najważniejszej obiekcji w stosunku do teorii agresji jako instynktu. Większość potwierdzających ją danych pochodzi z obserwacji niższych zwierząt, w odniesieniu do ssaków danych takich prawie brak, w odniesieniu do ludzi brak ich zupełnie. Np. nawet w przypadku psów nie udało się odnaleźć automatycznych wyzwalaczy agresji (bodźców, które zawsze ją wywołują), nie mówiąc już o ludziach. Choć prace etologów pełne są anegdot o tym, jak to wypięte piersi czy wywatowane ramiona przypominają „podobne” agresywne zachowania ptaków (Morris, 1968), prawie sto lat badań nad ludzką agresją nie pozwoliło znaleźć ani jednego automatycznego wyzwalacza agresji u ludzi czy prymatów. Oczywiście, jeżeli rozważania etologiczne miałyby mieć jakikolwiek sens, sygnał taki powinien być łatwo zauważalny. W odniesieniu do ludzi nie ma też żadnych danych sugerujących kumulowanie się popędu agresywnego, ani też czasowego zanikania agresji pod wpływem uprzedniego jej rozładowania. Przeciwnie, agresja prowadzi zwykle do dalszej agresji, nie do jej spadku (por. podrozdział o katharsis).

10.1.2. Agresja jako popęd

Teoria frustracji-agresji sformułowana przez grupę badaczy z Yale University (Dollard i in., 1939), głosiła, iż każda agresja jest wynikiem frustracji, zaś każda frustracja rodzi tendencję do agresji. Frustracja to zablokowanie skierowanej na cel aktywności organizmu, bądź też stan wewnętrzny wynikający z napotkania takiej przeszkody. Wzbudzana frustracją tendencja do agresji jest tym większa:

- (a) im większa jest wartość zablokowanego celu,
- (b) im bardziej osiągnięcie tego celu jest przez daną frustrację uniemożliwione oraz
- (c) im większa liczba działań zostaje zablokowana.

Pobudzenia wywołane różnymi frustracjami mogą się kumulować w organizmie, dzięki czemu „niewielkie frustracje dodają się do siebie, wytwarzając agresywną reakcję o większej sile, niż można by normalnie oczekiwać na podstawie frustrującej sytuacji bezpośrednio poprzedzającej tę agresję” (ibidem, s. 31).

Wywołane frustracją pobudzenie zawsze prowadzi do agresji, choć nie zawsze jest ona ujawniana i kierowana na czynnik wywołujący daną frustrację. Wyrażanie agresji hamuje strach przed karą. Jeżeli strach jest wystarczająco duży, by zahamować agresję kierowaną na sprawcę frustracji, następuje albo przemieszczenie, albo zmiana postaci agresji. **P r z e m i e s z c z e n i e a g r e s j i** polega na jej skierowaniu na inny obiekt zagrożony słabszą karą (np. sfrustrowany przez szefa mąż kieruje swoją wrogość nie na niego, lecz na żonę). **Z m i a n a p o s t a c i a g r e s j i** polega na jej zastąpieniu inną reakcją agresywną, słabiej zagrożoną karą (zamiast otwarcie atakować żonę, mąż opowiada złośliwe dowcipy o kobietach). Klasycznym przypadkiem przemieszczenia i zmiany postaci agresji wykrytym przez badaczy z Yale jest silny związek częstotliwości linczów dokonywanych przez białych farmerów z Południa USA na Murzynach, z ceną bawełny, z której farmerzy ci żyli. Im niższa cena bawełny, tym więcej było linczów w skali rocznej (korelacja - 0,67, Hovland, Sears, 1940).

Teoria frustracji-agresji była pierwszą jasno wyrażoną psychologiczną koncepcją agresji i zyskała sobie ogromną popularność, wchodząc na trwałe do myślenia zarówno psychologicznego, jak i potocznego. Jednak zdaje się to być wynikiem raczej jej prostoty i poręczności (np. dostarcza łatwej wymówki przed odpowiedzialnością za agresję „to nie moja wina, byłem sfrustrowany”) niż prawdziwości. Ogromna liczba badań zainspirowanych tą teorią pokazała liczne ograniczenia ogólności jej twierdzeń i konieczność jej modyfikacji. Kolejne modyfikacje, to: nie tylko agresja, nie każda frustracja, nie sama frustracja i nie frustracja, lecz także inne czynniki.

Nie tylko agresja

Pierwsza modyfikacja jest dość oczywista: następstwem frustracji jest nie tylko agresja, ale przede wszystkim nasilenie zachowań ukierunkowanych

na usunięcie przeszkody, a także regresja (pod wpływem frustracji zachowanie dzieci ulega prymitywizacji i upodabnia się do zachowania dzieci młodszych), f i k s a c j a (uporczywe powtarzanie jakiejś reakcji niemającej instrumentalnego znaczenia), a p a t i a i wycofanie się, redukcja samego napięcia bez prób zmiany jego źródła (alkohol, narkotyki), a nawet zaburzenia psychosomatyczne (jak dowodzą liczne badania podsumowane przez Bandurę, 1969). Modyfikacja ta została powszechnie zaakceptowana, co oczywiście prowadzi do pytania o czynniki decydujące o pojawianiu się tego, a nie innego następstwa frustracji.

Nie każda frustracja

Odpowiedź najprostsza jest taka, że nie każda frustracja prowadzi do agresji, lecz tylko niektóre jej rodzaje. Wiele badań wykazało, że frustracja nasila agresję szczególnie bądź wyłącznie wtedy, kiedy jest ona a r b i t r a l n a, tj. zamierzona przez sprawcę, choć niczym nieuzasadniona. Ludzie ogólnie zdają się wyznawać normę, że jeżeli zadana im frustracja jest czymś uzasadniona, to mniej zasługuje na wzajemność i agresję w stosunku do sprawcy niż wtedy, kiedy jest skutkiem jedynie widzimisię sprawcy (Burnstein, Worchel, 1962). Fakt, iż agresję wzbudzają tylko niektóre frustracje wymaga jednak znacznego przeformułowania pierwotnej teorii frustracji-agresji, ponieważ dowodzi, iż sama frustracja nie wystarcza do wzbudzenia agresji. Muszą jej towarzyszyć jakieś dodatkowe czynniki, których oryginalna teoria nie uwzględniała.

Nie sama frustracja

Berkowitz (1965) postulował, że takim dodatkowym czynnikiem, który musi frustracji towarzyszyć, by doprowadzała ona do agresji, są s y g n a ł y wywoławcze a g r e s j i. Termin ten oznacza „bodźce skojarzone z czynnikami wzbudzającymi gniew aktualnie lub w przeszłości. Własność takiego sygnału mogą mieć też obiekty mające jakiś związek z agresją w ogólności” (Berkowitz, 1965, s. 308). W myśl tej koncepcji do pojawienia się agresji konieczne jest zarówno pobudzenie wywołane frustracją, jak i obecność sygnałów wywoławczych agresji. Im silniejsze pobudzenie, tym słabsze sygnały wystarczają do wystąpienia agresji, a im pobudzenie słabsze, tym sygnały te muszą być silniejsze. Frustracja powoduje jedynie gotowość do agresji zamienianą w czyny pod warunkiem obecności odpowiednich sygnałów wywoławczych.

Głównym problemem tej koncepcji jest niejasność pojęcia sygnału wywoławczego. Jeśli przytoczoną definicję potraktować dosłownie, to niemal każdy bodziec jest takim sygnałem (ponieważ ma „jakiś związek z agresją”), a w każdej sytuacji naturalnej powinno znajdować się wiele takich bodźców. Konieczne jest więc ograniczenie pojęcia „sygnał wywoławczy” do bodźców jedynie silnie skojarzonych z agresją, takich jak np. widok broni. W eksperymencie Berkowitza i LePage'a (1967) badani rozgniewani bądź nierozgniewani na inną osobę, zadawali jej szoki elektryczne, podczas gdy obok aparatu leżał pistolet i rewolwer, albo rakiety tenisowe. Rozgniewani badani

zadawali silniejsze szoki w obecności broni niż pod jej nieobecność. Ten „efekt broni” skłonił Berkowitza do dramatycznej sugestii, że „pistolety nie tylko przemoc umożliwiają, ale mogą ją i stymulować. Cyngiel jest pociągany przez palec, ale i palec może zostać pociągnięty przez cyngiel” (1968, s. 22). Eksperyment ten spotkał się z krytyką metodologiczną (trudno jest sensownie uzasadnić pojawienie się broni w trakcie eksperymentu psychologicznego) i w wielu późniejszych badaniach nie udało się powtórzyć jego wyników. Metaanaliza 31 badań nad efektem broni dokonana przez Carlsona i in. (1990) wykazała jednak, że większość z nich ujawnia ten efekt, natomiast nie udaje się go uzyskać wtedy, kiedy badani zdają sobie sprawę z tego, że przedmiotem eksperymentu jest agresja i jej zależność od obecności broni. Wykazano przy tym, iż sam widok broni automatycznie aktywizuje myśli i pojęcia o agresywnej treści (Anderson i in., 1998).

Tabela 10.1. Natężenie agresji wyrażone długością szoku zadawanego ofierze (w sekundach) za pomocą aparatu, którego kolor był lub nie był skojarzony z uprzednią agresją

Kolor aparatu	Uwarunkowanie zieleni	
	TAK	NIE
zielony	0,89a	0,66b
czerwony	0,62b	0,62b

Uwaga: średnie oznaczone różnymi literami są istotnie różne przy $p < 0,05$.

Źródło: Fraczek (1984, s. 228).

Innym sposobem sprecyzowania niejasnego pojęcia „sygnał wywoławczy” jest eksperymentalne wytworzenie skojarzenia między jakimś bodźcem i agresją czy gniewem, a następnie sprawdzenie, czy pojawianie się tego bodźca nasila agresję. Takie podejście zrealizował Adam Fraczek (1974), który najpierw uwarunkował badanych na kolor zielony (po zapaleniu się zielonej lampki otrzymywali szoki elektryczne), a następnie prosił ich o wystąpienie w roli nauczycieli, którzy za pomocą kar (szoków elektrycznych) mieli doprowadzić innych ludzi do wyuczenia się pewnego zadania. Jak wskazują wyniki z tabeli 10.1, badani dla których zieleń stanowiła sygnał wywoławczy agresji, zadawali więcej szoków kiedy pracowali na zielonym aparacie, niż badani pracujący na aparacie neutralnego koloru (bądź badani, których w ogóle nie wyuczano negatywnego znaczenia zieleni).

Ważne jest to, że badani Fraczka w ogóle nie byli sfrustrowani czy zagniewani, co sugeruje, że sygnały wywoławcze nasilają agresję nawet pod nieobecność pobudzenia (frustracji). Nawet sam efekt broni uzyskiwany jest zresztą pod nieobecność pobudzenia (np. Caprara i in., 1984), a wiele badań wykazało też występowanie agresji pod nieobecność jej sygnałów wywoławczych. W sumie, zarówno frustracja, jak i sygnały wywoławcze nasilają agresję, choć żaden z tych czynników nie jest konieczny do jej

wystąpienia, co ostatecznie skłoniło Berkowitza (1989) do wycofania się ze swojej koncepcji.

Nie frustracja, lecz inne czynniki

Skoro frustracja nie jest konieczna do wystąpienia agresji, to co jest konieczne? Berkowitz (1989) twierdzi, że konieczne jest jedynie występowanie negatywnego pobudzenia emocjonalnego, interpretowanego przez jednostkę jako gniew, a seria badań pokazała, że np. trzymanie ręki w lodowatej wodzie nasila agresję (Berkowitz, Heimer, 1989). Jednak niżej omawiane wyniki badań pokazują, że nawet to nie jest konieczne. Agresja zarówno wroga, jak i przede wszystkim instrumentalna, możliwa jest bez jakichkolwiek przyczyn o emocjonalnej naturze i stanowić może wynik np. jedynie naśladownictwa innych osób.

Teoria frustracji-agresji wystartowała od twierdzenia, że frustracja stanowi konieczny i wystarczający warunek agresji. W rzeczywistości frustracja nie jest ani konieczna do wystąpienia agresji, ani sama w sobie do tego nie wystarcza. Nie znaczy to, że między frustracją i agresją nie ma związku. Często faktycznie współwystępują one ze sobą, ale wcale nie zawsze, a jeżeli już tak jest, to nie z powodów pierwotnie zakładanych przez badaczy z Yale. Frustracja nie wzbudza specyficznie agresywnego popędu, który musiałby doprowadzić do agresji bezpośredniej lub przemieszczonej, a sama agresja nie jest skutkiem popędu. Frustracja po prostu często stanowi prowokację, a prawie zawsze nasila pobudzenie emocjonalne, które może wywodzić się z wielu różnych źródeł i szybko wygasa z upływem czasu. W zależności od sposobu rozumienia przez jednostkę aktualnej sytuacji (i jej ubiegłych doświadczeń), pobudzenie to może prowadzić do agresji bądź nasilać inne zachowania, lub nie mieć żadnych konsekwencji. Równie dalekie prawdy okazały się inne twierdzenia teorii frustracji-agresji (por. podrozdział o katharsis).

10.1.3. Agresja jako rezultat uczenia

Dotychczasowy przegląd teorii agresji był w istocie przeglądem koncepcji, które okazały się nieprawdziwe, a skoro wielu nadal w nie wierzy, poświęciłem im tu tyle miejsca. Teorią, która nie podzieliła tego losu jest koncepcja zakładająca, iż agresja jest wynikiem jej uczenia się za pośrednictwem procesów warunkowania sprawczego i modelowania.

Warunkowanie s p r a w c z e jest procesem, przy pomocy którego organizm uczy się znaczenia pierwotnie obojętnej reakcji, a więc tego, że sprawia ona pojawianie się pożądanых stanów rzeczy. Jeżeli po jakimś zachowaniu następuje nagroda, szansa pojawienia się tego zachowania w przyszłości rośnie. Jest to podstawowa prawidłowość potwierdzona w setkach badań. Jeżeli więc agresja prowadzi do uzyskania jakiejś nagrody, winna się ona utrzymywać i narastać u danej jednostki. Pozostaje rozstrzygnąć, co może być taką nagrodą.

Początkowo twierdzono, że agresja jest s a m o i s t n i e n a g r a d z a j ą c a, że nagradzająco działa samo działanie agresywne i obserwacja jego skutków. Przewidywanie takie wynika zarówno z teorii instynktu, jak i frustracji-agresji (nagradzająca jest, wywoływana agresją, redukcja napięcia). Jednak badania nie potwierdzają tego rodzaju sadystycznych skłonności u ludzi. W rzeczywistości, wzrost cierpienia ofiary silnie hamuje agresję ludzi słabo do niej pobudzonych, co niekiedy zanika u ludzi sprowokowanych mocno, ale i oni nie nasilają agresji pod wpływem wzrostu cierpienia ofiary (Geen, 1970; Rule, Leger, 1976). Choć niektóre dane przekonują, że obserwowanie umiarkowanych objawów cierpienia osoby denerwującej jest przyjemne, brak dowodów na to, że przyjemność ta funkcjonuje jako nagroda, zaś obserwacja cierpienia osoby neutralnej jest nieprzyjemna (Zillmann, 1979).

Ważnym rodzajem nagrody jest w kontekście agresji r e d u k c j a n i e - p r z y j e m n y c h s t a n ó w p s y c h i c z n y c h. Agresja często stanowi odpowiedź na nieprzyjemną prowokację czy agresję innych osób; jeżeli więc usuwałaby te stany skutecznie, powinno to prowadzić do jej wzmocnienia. Istotnie, początkowo nieśmiałe dzieci stają się coraz bardziej agresywne, jeżeli ich agresywna odpowiedź na zaczepki innych dzieci kończy się sukcesem, choć nie dzieje się tak, gdy ich własna agresja okazuje się nie-skuteczna (Patterson, Littman, Bricker, 1967).

Ogromna ilość danych przekonuje, że w istocie nasila agresję każda nagroda, zarówno zewnętrzna (pieniądze, wygranie rywalizacji, uznanie innych), jak i „wewnętrzna” w postaci wzrostu samooceny (Bandura, 1973; Buss, 1971). Co istotne, dotyczy to nie tylko agresji instrumentalnej, ale i wrogiej (nagrody nasilają nawet takie formy agresji, które nie są instrumentem uzyskiwania innych nagród) i wcale nie wymaga frustracji. Obie te kwestie dobrze ilustruje eksperyment, w którym grupę chłopców poddano „treningowi agresji” (Walters, Brown, 1963). Atakowali oni kłowna-zabawkę i albo otrzymywali nagrodę za każdy wymierzony cios, albo za jedynie co szósty cios, albo wcale nie byli nagradzani. Inna grupa chłopców w ogóle nie miała możliwości wymierzania ciosów. Następnie część chłopców z każdej grupy albo poddano dotkliwej frustracji (przerwano projekcję ciekawego filmu i odebrano słodycze), albo pozwolono na udział w przyjemnej zabawie. Badacze obserwowali liczbę reakcji agresywnych pojawiających się następnie u chłopców podczas swobodnej zabawy. Najbardziej agresywni okazali się chłopcy nieregularnie nagradzani za ciosy - zgodnie z ogólną prawidłowością, że nagrody nieregularne są bardziej skuteczne od regularnych. Natomiast chłopcy nagradzani regularnie nie byli bardziej agresywni od tych, których w ogóle nie nagradzano, bądź którzy w ogóle nie mieli okazji do uprzedniej agresji. Frustracja nie wywierała rzetelnego wpływu na agresję w tym badaniu, a inne badania wykazały, że nasila ona agresję jedynie tych osób, które już uprzednio

wyuczyły się reagowania agresywnego (Bandura, 1973).

Podobnie jak to jest z wszelkimi zachowaniami, ludzie uczą się agresji nie tylko na podstawie własnych doświadczeń, ale i obserwując zachowanie innych oraz skutki, do jakich ono prowadzi (por. *KONCEPCJA* 7). Uczenie się na podstawie cudzych doświadczeń nosi nazwę *m o d e l o w a n i a*, które w odniesieniu do agresji może mieć trojaki rodzaj skutki (Bandura, 1973):

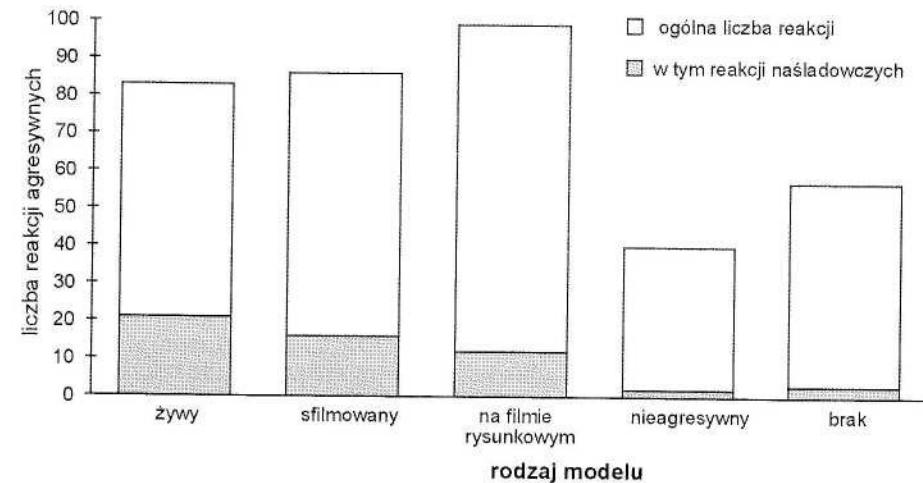
- 1) obserwując innych, człowiek uczy się nowych, dotąd sobie nieznanych wzorców agresywnego zachowania (np. z filmów możemy zorientować się, jak skutecznie upokorzyć innego człowieka);
- 2) obserwowanie skutków cudzej agresji osłabia zahamowanie tych zachowań agresywnych, których obserwator już uprzednio się wyuczył;
- 3) cudze zachowanie ułatwia wykonywanie podobnych reakcji przez obserwatora, wzbudzając w nim podobne jak u „modela” emocje i motywacje.

Ilustracją tych wpływów modelowania są klasyczne badania nad modelowaniem reakcji agresywnych u dzieci (Bandura, Ross, Ross, 1961; 1963). Różne grupy przedszkolaków (wyrównane pod względem początkowej agresywności przejawianej w zachowaniu) zostały przydzielone do trzech warunków eksperymentalnych i dwóch kontrolnych. W warunkach „modela na żywo” dzieci obserwowały dorosłą osobę wykonującą wiele agresywnych działań skierowanych na dużą, dmuchaną lalkę plastikową (uderzała ona lalkę w nos, waliła ją młotkiem, wydawała wrogie okrzyki itp.). W warunkach filmowej agresji realistycznej dzieci oglądały to samo, tyle że na ekranie filmowym. W warunkach agresji nierealistycznej dzieci oglądały te akty przemocy w konwencji filmu rysunkowego (na ekranie TV, a dorosła osoba była przebrana za kota). Czwarta grupa dzieci obserwowała dorosłą osobę zachowującą się w nieagresywny sposób, zaś grupa piąta w ogóle nie miała okazji obserwowania osoby modelowej. Następnie każde dziecko poddano frustracji (pokazano atrakcyjne zabawki, ale nie pozwolono się nimi bawić) i przez 20 minut obserwowano przez jednostronne lustro jego zabawę. Rysunek 10.1 przedstawia średnią liczbę zarówno wszystkich, jak i naśladowczych reakcji agresywnych ujawnianych przez dzieci z poszczególnych grup.

Obserwacja wszystkich trzech modeli prowadziła do nowych form zachowania - pojawienia się takich reakcji agresywnych, które przejawiał model, a które prawie wcale nie ujawniały się spontanicznie w grupach kontrolnych. Model nierealistyczny okazał się przy tym mniej skuteczny od modelu na żywo. Ponadto obserwowanie agresywnych modeli powodowało rozhamowanie czy też ułatwienie agresji - dzieci z warunków eksperymentalnych ujawniały więcej reakcji agresywnych, nie tylko naśladowczych, ale i takich, które już przedtem znajdowały się w repertuarze zachowań dziecka. Model nierealistyczny okazał się tu równie skuteczny, jak dwa modele realistyczne. Wreszcie model nieagresywny prowadził do mniejszej agresji niż brak jakiegokolwiek modelu.

Późniejsze liczne badania wykazały, że podatność na oddziaływanie modeli zależy przede wszystkim od obserwowanych konsekwencji ich zachowań.

Rysunek 10.1. Ogólna liczba reakcji agresywnych (całe słupki) i reakcji naśladowczych (zakreskowane części słupków) ujawnionych przez dzieci z grup poddanych uprzedniemu oddziaływaniu różnych modeli



Źródło: na podstawie danych podsumowanych przez Bandurę (1973).

Jeżeli agresywne zachowanie modelu jest nagradzane (bądź jedynie pozostaje nieukarane, jak w badaniu z rysunku 10.1), to następuje wzrost agresji we własnym zachowaniu obserwatora. Jeżeli agresja modelu zostaje ukarana, prowadzi to do spadku agresji u obserwatora. Doświadczenia modelu oddziałują jako zastępcze nagrody i kary, wywierające taki sam wpływ na zachowanie, jak nagrody i kary bezpośrednio doświadczane przez jednostkę. Odpowiedzialne są za to dwa mechanizmy (Bandura, 1973).

Po pierwsze, skutki cudzych działań agresywnych kształtują oczekiwania obserwatora co do instrumentalnej wartości tych działań, a więc przekonanie, że spotykają się one z nagrodą, lub z karą, a oczekiwania te kształtują również własne działania obserwatora. Ludzka agresja pozostaje jednak bardziej pod kontrolą poznawczą, niż pod kontrolą samych kar i nagród. Tzn. jeżeli nasze przekonania o skutkach działań agresywnych różnią się od kar i nagród faktycznie po nich następujących, to swoje działania podporządkowujemy raczej tym przekonaniom, niż faktycznym związkom działań z karami i nagrodami.

Po drugie, emocjonalne doświadczenia modelu wywołują podobne emocje w samym obserwatorze, dzięki czemu występuje u niego proces zastępczego warunkowania sprawczego - np. wywołany przez karę strach modelu udziela się obserwatorowi, co prowadzi do zaniku karanych reakcji także u obserwatora. Ten mechanizm jest prawdopodobnie ograniczony jedynie do takich modeli, z którymi obserwator może się zidentyfikować. Jeżeli bowiem obserwator obdarza modela emocjami negatywnymi, emocje modelu nie prowadzą do przeżywania tych samych emocji u obserwatora (Zillmann,

Cantor, 1977). Wyjaśnia to dlaczego działania osób o wysokim statusie społecznym i podobnych do obserwatora silniej są naśladowane niż działania osób o statusie niskim lub niepodobnych. Jednak skutki działań modelu są znacznie ważniejsze od jego właściwości, np. tego, czy jest on przez obserwatora lubiany czy nie.

Ogólnie rzecz biorąc, duża liczba danych dowodzi, że zachowania agresywne są nabywane, wywoływane, podtrzymywane, i wygaszane stosownie do naszych przekonań o karach i nagrodach, z jakimi zachowania te się spotykają (Bandura, 1973; 1986). Przekonania te wywodzą się nie tylko z naszych doświadczeń, ale i z obserwacji doświadczeń cudzych.

10.2. WYZNACZNIKI AGRESJI

Agresja była przedmiotem nie tylko refleksji teoretycznej, ale także ogromnej liczby badań, których wyniki można różnie interpretować na gruncie różnych koncepcji. Badanie te doprowadziły do wykrycia wielu czynników wyznaczających natężenie agresji. Najważniejsze z nich to: prowokacja, pobudzenie emocjonalne, przemoc obserwowana w mass mediach, normy i oczekiwania społeczne oraz alkohol. Ta kolejność wyraża względną siłę różnych wyznaczników agresji, jak przekonują dalej omawiane wyniki.

10.2.1. Prowokacja

Najbardziej niezawodnym sposobem wywołania agresji jest prowokacja w formie fizycznego ataku lub słownej obelgi. Prowokacje są ogólnie odczuwane jako dotkliwsze przez mężczyzn niż przez kobiety (Bettencourt, Miller, 1996) i wywołują lub nasilają agresję co najmniej z trzech powodów:

- 1) wzbudzają gniew i cierpienie, motywując sprowokowaną osobę do ich pozbycia się za pośrednictwem agresji (lub ucieczki);
- 2) wzbudzają pragnienie rewanżu przez agresję zgodnie z zasadą wzajemności;
- 3) podważają dobre mniemanie zaatakowanych o sobie i ich reputację, wzbudzając motywację do ich odzyskania.

Oczywiście dwa ostatnie powody odpowiadania agresją na prowokację pozostają pod silną poznawczą kontrolą sprowokowanej osoby -jej reakcja uwarunkowana jest sposobem rozumienia działań prowokatora. A więc stwierdzeniem, czy szkoda została wyrządzona oraz czy prowokator jest za nią odpowiedzialny, co z kolei wymaga stwierdzenia, że atak był zamierzony, a jego konsekwencje przewidywalne z punktu widzenia prowokatora (Rule, Ferguson, 1984). W rezultacie, to samo zdarzenie może być przez jednych ludzi rozumiane jako prowokacja usprawiedliwiająca agresję, bądź też jako zdarzenie zgoła niewinne, w zależności od wyznawanych postaw i wartości.

Sposób reagowania na prowokację jest zatem silnie uwarunkowany poznawczo, czego dobrym przykładem jest wychowanie w kulturze ho-

noru, w której nawet drobne utarczki stają się polem walki o prestiż i reputację, gdzie ceni się „zachowanie twarzy” i staje w obronie honoru własnego i rodziny w obliczu najmniejszej zniewagi. Kultura taka sankcjonuje agresję, nakazując ją jako właściwą reakcję na zniewagę, a jej elementy można odnaleźć w południowych stanach USA, a zapewne także u polskich górali. Richard Nisbett i David Cohen (1996) poddawali studentów wychowanych w kulturze honoru (pochodzących z Południa USA), bądź nie wychowanych w takiej kulturze (pochodzących z Północy) lekkiej zniewadze - w trakcie przechodzenia wąskim korytarzem badany był uderzany „niechcący” przez nieznanego, który w dodatku mówił doń „Jak chodzisz dupku!”. W serii eksperymentów porównywano poziom wydzielania kortyzolu (hormon znamionujący przeżywanie stresu) oraz testosteronu (hormon znamionujący przygotowanie do agresji) sprzed i po prowokacji, a także mierzono wiele innych zmiennych. Jak ilustruje tabela 10.2, prowokacja budziła silniejsze reakcje fizjologiczne u osób wychowanych w kulturze honoru. Osoby te uważały także, że prowokacja zaszkodziła ich męskości w oczach innych (obserwatorów prowokacji) oraz silniej angażowały się w działania odbudowujące nadszarpniętą męskość. Bezpośrednio po prowokacji witały się silniejszym uściskiem ręki z nieznanym. Kiedy zaś korytarzem z naprzeciwka nadchodził atletycznej budowy osiłek (i badani mogli z nim rywalizować o to, kto pierwszy stchórzy i przystanie, jak w grze w kurczaki), osoby z kultury honoru bardziej starały się go zdominować po doznaniu prowokacji i zatrzymywały się dopiero w bardzo bliskiej od niego odległości.

Tabela 10.2. Wychowanie w kulturze honoru a sposób reagowania na obraźliwą prowokację nieznanego

	Wychowanie w kulturze honoru	
	TAK	NIE
brak prowokacji	wzrost poziomu kortyzolu w ślinie 0,42	
prowokacja	0,39 0,79	0,33
brak prowokacji	wzrost poziomu testosteronu w ślinie 0,04	
prowokacja	0,04 0,12	0,06
brak prowokacji	ocena własnej męskości w oczach innych	
prowokacja	3,48	3,47 3,05
brak prowokacji	3,34	
prowokacja	siła uścisku ręki 3,89	
brak prowokacji	4,13 4,46	4,07
prowokacja	odległość w grze w kurczaki (cm) 274,0	
	191,0 95,0	149,0

Źródło: Cohen i in. (1996).

Poznawcza kontrola reagowania na prowokację dotyczy nawet emocjonalnego pobudzenia - siła przeżywanych emocji uzależniona jest od sposobu rozumienia prowokującego zdarzenia. Sugerują to przytoczone badania nad kulturą honoru, a bezpośrednio potwierdza eksperyment, w którym studenci zostali poddani dotkliwym zniewagom przez innego studenta, występującego jako asystent badawczy. Nie dość, że postawił ich przed nierozwiązywalnym zadaniem, to jeszcze oskarżył o całkowity brak starań i obdarzył zjadliwymi komentarzami ich zdolności (Zillmann, Cantor, 1976). Części badanych przedstawiono jednak uzasadnienie tej zjadliwości (asystent był bardzo zdenerwowany czekającymi go egzaminami) albo jeszcze przed, albo dopiero po ataku, część zaś pozostawiono bez jakiegokolwiek mitygującej informacji. U wszystkich badanych mierzono poziom pobudzenia przeżywanego w różnych momentach badania (tempo akcji serca i ciśnienie krwi), a także stwarzano im możliwość rewanżu przez zaszkodzenie asystentowi - mogli na niego naskarżyć profesorowi. Uzasadnienie prowokacji przed jej wystąpieniem hamowało przeżywanie pobudzenia i w rezultacie prowadziło do niskiej agresji w rewanżu za atak. Uzasadnienie prowokacji otrzymane dopiero po ataku prowadziło do spadku pobudzenia, nie na tyle jednak, by powstrzymać rewanż, który był tylko nieznacznie słabszy niż w warunkach braku uzasadnienia. W tych ostatnich warunkach i spadek pobudzenia po ataku był najniższy, i agresja najsilniejsza. Choć niekiedy skuteczne okazują się nawet uzasadnienia uzyskane już po prowokacji, niewątpliwie skuteczniejsze są uzasadnienia poprzedzające atak prowokatora.

Prowokacja jest najsilniejszym psychologicznym wyznacznikiem agresji. Choć kobiety są zasadniczo mniej agresywne od mężczyzn w większości znanych kultur (por. rozdz. 12), prowokacja powoduje zanikanie tych różnic. Przy silnej prowokacji kobiety stają się równie agresywne jak mężczyźni, prawdopodobnie dlatego, że w takich warunkach mniej są skrzepowane wymaganiami kobiecej roli nakazujące łagodność (Bettencourt, Miller, 1996).

10.2.2. Pobudzenie emocjonalne

Drugim czynnikiem nasilającym agresję jest pobudzenie emocjonalne. Choć wiele filmów przedstawia zabójstwo z zimną krwią i dla zysku jako typowy obraz morderstwa, statystyki kryminalne przekonują, że jedynie 20-25% zabójstw popełnianych w Europie i USA motywowanych jest chęcią zysku. Pozostałe są motywowane głównie konfliktami, często między najbliższymi sobie osobami. Aż jedna trzecia wszystkich zabójstw ma miejsce w najbliższej rodzinie (Zillmann, 1979), choć dotyczy to osób raczej spowinowatek niż spokrewnionych genetycznie. Podobnie rzecz się ma z innymi przejawami ciężkiej agresji, np. zranieniami.

Wzrost pobudzenia emocjonalnego nasila agresję co najmniej z dwóch powodów:

- 1) pobudzenie nasila oddziaływanie prowokacji,
- 2) silne pobudzenie osłabia poznawczą kontrolę zachowania.

Sformułowana przez Dolfę Zillmanna teoria *przesunięcia pobudzenia* (przedstawiana na koniec tego rozdziału) zakłada, że pochodzące z różnych źródeł pobudzenie emocjonalne sumuje się w organizmie i zwykle przypisywane jest w całości jednemu tylko czynnikowi. Ponieważ pobudzenie zalega jeszcze przez pewien czas w organizmie nawet po zaniknięciu jego źródła, zaś zmiany otoczenia i bodźców skupiających aktualną uwagę mogą być znacznie szybsze, „stare”, niewygasłe jeszcze pobudzenie może zostać subiektywnie przesunięte na nowy bodziec, który pojawił się w już zmienionej sytuacji. Kiedy więc prowokacja pojawia się w momencie gdy prowokowany człowiek przeżywa jeszcze jakieś „stare” pobudzenie, sumuje się ono z pobudzeniem wywołanym aktualną prowokacją. W rezultacie, prowokacja jest odbierana jako silniejsza, co prowadzi do wzrostu gniewu i agresji - w taki sposób działa pobudzenie wskutek uprzedniego wysiłku fizycznego, oglądania filmów o erotycznej, agresywnej, a nawet komicznej treści, czy słuchanie muzyki lub hałasu (Zillmann 1983).

Agresja rośnie, jeżeli wkrótce przed, albo wkrótce po prowokacji zostanie u sprowokowanej osoby wywołany dodatkowy wzrost pobudzenia. Treść czynnika wywołującego owo pobudzenie nie ma znaczenia, istotny jest natomiast czas upływający między końcem działania owego czynnika a agresją, co omawiam dokładniej, prezentując *KONCEPCJĘ 10*.

Drugim powodem wpływu pobudzenia na agresję jest fakt, iż obniża ono poznawczą kontrolę zachowania. Znane *prawo Yerkesa-Dodsona* orzeka krzywoliniowy związek między wielkością pobudzenia a sprawnością działania. Początkowy wzrost pobudzenia wywołuje przyrost, zaś dalszy wzrost pobudzenia powoduje spadek sprawności działania. Im bardziej skomplikowane zadanie, tym mniejszy poziom pobudzenia wystarcza do osłabienia sprawności działania. (Świadomi tego kaprale wszystkich armii świata starają się więc wymusztrować swoich rekrutów do tego stopnia, by wyuczyć ich pożądanym wzorców zachowania tak dalece, aby nie uległy one dezorganizacji nawet w warunkach silnego pobudzenia.) Poznawcza kontrola zachowania agresywnego, a więc jego regulacja interpretacją bieżącej sytuacji i oczekiwanymi konsekwencjami działań, jest zadaniem skomplikowanym. Pozwala to oczekiwać, iż: (1) poznawcza kontrola reakcji na prowokację załamuje się w przypadku silnego pobudzenia oraz (2) kontrola poznawcza załamuje się szybciej (przy mniejszym pobudzeniu) niż kontrola agresji oparta na uczeniu się, np. na nawykach (Zillmann, 1987).

Przy umiarkowanym poziomie pobudzenia, reagowanie na prowokacje regulowane jest poznawczo, a więc sposobem rozumienia sytuacji, przewidywanymi konsekwencjami własnego działania, tym jak ocenia nas inni i jak sami siebie ocenimy. Wzrost pobudzenia powoduje jednak dezorganizację tych procesów myślenia, a zachowanie zaczyna być

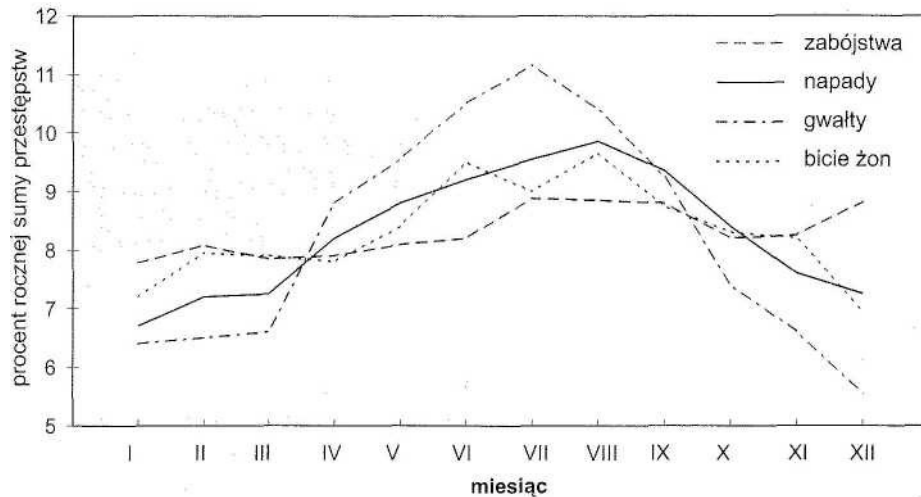
regulowane przez prostszy system kontroli - wyuczone nawyki, zautomatyzowane reakcje

ZŻYCIA 10.b

Temperatura a przestępczość

Badania prowadzone w różnych krajach (Francja, Niemcy, USA, Wlk. Brytania, Włochy) pokazują związek między miesiącem roku a natężeniem przestępczości. Jak wskazuje rysunek 10.2, najwięcej przestępstw agresywnych popełnianych jest w lipcu i sierpniu - najcieplejszych miesiącach roku. Ponadto liczba przestępstw jest wyższa zarówno w latach, jak i dniach gorących niż chłodnych; w obrębie tego samego kraju notuje się wyższą liczbę przestępstw w regionach gorących niż chłodnych; w krajach o wyższej temperaturze rocznej notuje się stosunkowo więcej przestępstw (Anderson, 1989), wreszcie zależność tę stwierdza się również w laboratoryjnych badaniach (Baron, 1979). Zależności dotyczą jedynie przestępstw z wyraźnym elementem przemocy (ale nie np. kradzieży czy oszustw), a większość z nich utrzymuje się nawet po wytrąceniu wpływu innych czynników nasilających przestępczość. Wpływ temperatury na przestępczość nie ulega wątpliwości, nie ulega też wątpliwości społeczna doniosłość problemu. Pozostaje pytanie, jak związek ten wyjaśnić.

Rysunek 10.2. Miesięczny rozkład zabójstw, napadów, gwałtów i bicia żon



Źródło: na podstawie danych zebranych przez Andersona (1989).

Hipoteza ucieczki od negatywnych emocji (Baron, 1979) zakłada, że wzrost temperatury pociąga za sobą negatywne emocje, których jednostka pozbysza się albo za pośrednictwem agresji (kiedy temperatura już wzrosła, ale nie jest jeszcze bardzo dolegliwa), albo przez wycofanie się z nieprzyjemnej sytuacji (kiedy temperatura jest już dolegliwa, a własna agresja mogłaby nasilić awersyjność sytuacji). Hipoteza ta zakłada więc związek krzywoliniowy: początkowy wzrost temperatury nasila agresję, jednak po przekroczeniu pewnego punktu tendencja do agresji spada. Laboratoryjne badania Barona i Bella wskazują, że w większości sytuacji punkt przegięcia występuje tuż poniżej 30° C.

Hipoteza pręta z siebie ci a pobudzenia i fałszywej interpretacji jego przyczyn zakłada, że istotna jest nie tyle negatywność emocji, ile poziom niespecyficznego pobudzenia wywołanego wzrostem temperatury. Pobudzenie wywołane różnymi czynnikami sumuje się w organizmie człowieka i przypisywane jest przez niego jed-

nemu tylko, uwypuklonemu w danym momencie źródłu. Jeżeli temperatura jest czynnikiem pozostającym jedynie w tle, zaś np. prowokacja ze strony innego człowieka jest przedmiotem uwagi podmiotu, przypisze on całe przeżywane pobudzenie prowokacji. W rezultacie jego agresja będzie tym silniejsza, im wyższa temperatura (związek prostoliniowy). Jeżeli jednak temperatura skupia na sobie świadomą uwagę podmiotu, to w niej właśnie upatruje on przyczynę swojego pobudzenia (nawet jeżeli częściowo bierze się ono z innych źródeł, np. z prowokacji). W rezultacie dalszy wzrost temperatury powodować może spadek agresji.

Większość danych sugerujących liniowy związek temperatury z agresją wywodzi się z obserwacji przestępczości w warunkach naturalnych, gdzie temperatura pozostaje zwykle w tle, jak można sądzić. Większość danych sugerujących związek krzywoliniowy wywodzi się z badań laboratoryjnych, gdzie stwarza się ludziom okazję do agresji, manipulując temperaturą pomieszczenia, w którym do niej dochodzi. Ponieważ w takich warunkach ludzie prawie na pewno zauważają duże wzrosty temperatury, właśnie im mogą przypisywać przeżywane pobudzenie, co prowadzi do spadku agresji przy wysokich temperaturach. Przy takiej interpretacji, istniejące dane przemawiają za hipotezą przesunięcia pobudzenia, nie zaś za hipotezą ucieczki od negatywnych emocji.

na bodźce. Jeżeli jednostka wykształciła sobie agresywne wzorce postępowania, np. automatycznego reagowania agresją na prowokację, to przy tym stopniu pobudzenia będzie postępować agresywnie, nawet jeżeli jest to nieopłacalne w stosunku do przewidywanych przez nią kar grożących za agresję. Wreszcie jeszcze silniejszy wzrost pobudzenia powoduje dezorganizację kontroli zachowania nawet przez nawyki - człowiek zdaje się być pozbawiony jakichkolwiek mechanizmów wewnętrznej kontroli, „wpada w szal” czy „wali na oślep” w to, co wydaje mu się źródłem awersyjnej stymulacji, bądź rozładowuje pobudzenie w inny, nieprzewidywalny sposób. Sekwencja ta wydaje się dość przekonująca i zgodna z potocznym obrazem dynamiki agresji - np. wiele systemów prawnych zna i stosuje pojęcie przestępstwa w afekcie. Dobrze też do niej przystają opisy narastania przemocy w rodzinach, a także wspomniany już fakt, że frustracja nasila agresję jedynie, bądź przede wszystkim u tych osób, które już uprzednio nauczyły się agresywnego postępowania.

10.2.3. Przemoc w mass mediach

Choć przemoc jest na ogół potępiana, ogromna popularność książek czy filmów kryminalnych i wojennych wskazuje, że jest ona dla ludzi także bardziej interesująca od pełnego dobrej woli przestrzegania norm moralnych. Stąd też agresja jest bardzo często pokazywana - np. analizy amerykańskich programów telewizyjnych wykazują pojawianie się od 5 do 6 aktów przemocy w przeciętnej godzinie programu w szczytowym czasie oglądalności (por. Friedrich-Cofer, Huston, 1986). Wiele koncepcji agresji każe przewidywać, że częste oglądanie przemocy winno prowadzić do nasilania agresji widzów,

szczególnie młodych. Czy istotnie oglądanie agresywnych filmów wywiera taki skutek?

Przegląd kilkudziesięciu badań dotyczących w sumie ponad 10 tysięcy osób z różnych krajów (również Polski) wskazuje, że ogólnie rzecz biorąc, ilość czasu spędzanego na oglądaniu przemocy w telewizji jest dodatnio związana z różnymi wskaźnikami agresji przejawianej w zachowaniu (Bushman, Anderson, 2001; Freedman, 1984). Jest to jednak związek słaby, znaczna większość stwierdzanych korelacji zawiera się w przedziale od 0,10 do 0,30.

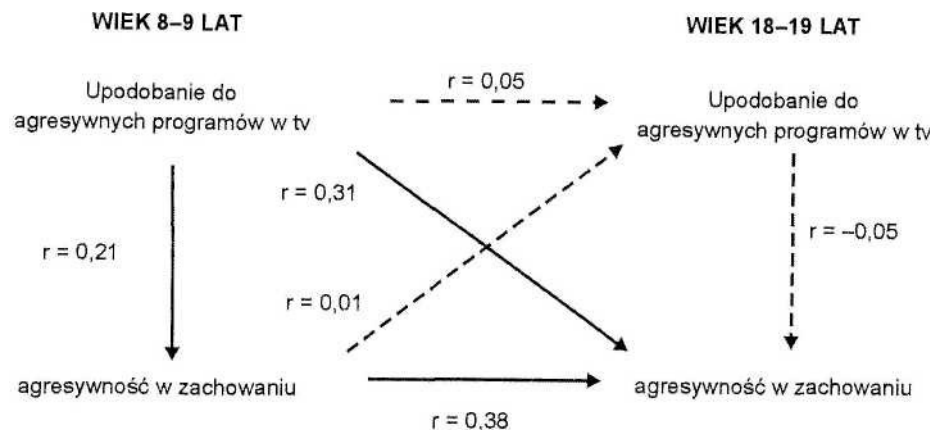
Samo występowanie korelacji nie przesądza jeszcze oczywiście o tym, że oglądanie przemocy jest przyczyną agresywnego zachowania młodych widzów (bo takich dotyczyły prawie wszystkie badania). Kierunek zależności przyczynowo-skutkowej może tu bowiem być odwrotny: agresywne dzieci, właśnie dlatego, że są agresywne, zdają się być bardziej skłonne do oglądania przemocy w telewizji. Ponadto, zależność ta może mieć jedynie pozorny charakter i wynikać z tego, że jakieś inne czynniki nasilają zarówno agresję, jak i czas spędzany na jej oglądaniu. Np. jeżeli rodzice poświęcają dziecku niewiele czasu, może ono zarówno stać się bardziej agresywne, jak i spędzać więcej czasu przed telewizorem (gdzie przemoc jest pokazywana często). Aby dowieść przyczynowego oddziaływania przemocy w telewizji na agresję, potrzebne są dodatkowe dane, które są trojakiego rodzaju.

Po pierwsze, mogą to być wyniki eksperymentów laboratoryjnych, dość zgodnie pokazujące, że ekspozycja na film o agresywnej treści nasila własną agresję widzów (w rodzaju już wspomnianego badania Zillmanna, 1971, czy eksperymentów Bandury nad naśladownictwem). Nie jest to jednak argument rozstrzygający, ponieważ efekty badań laboratoryjnych są zwykle krótkotrwałe, a wzrost pobudzenia wywołany oglądaniem agresji może nasilać także inne motywacje występujące w danym momencie u badanych (nawet prospołeczność, jak wykazali Mueller, Donnerstein, Haflam, 1983).

Po drugie, mogą to być wyniki eksperymentów naturalnych. Np. Parke i in. (1977) przez pięć kolejnych wieczorów wyświetlali młodocianym przestępcom filmy o treści albo agresywnej, albo neutralnej, obserwując liczbę aktów agresywnych pojawiających się spontanicznie w kontaktach między badanymi (w eksperymentalnym tygodniu, a także na tydzień przed i w tydzień po wyświetlaniu filmów). Ogólnie rzecz biorąc, oglądanie filmów pokazujących przemoc nasilało agresję badanych, choć wielkość tego efektu zależała od różnych innych czynników i z czasem słabła.

Po trzecie, mogą to być wyniki badań podłużnych, dokonywanych na tych samych osobach w różnych momentach oddzielonych znacznym czasem. Eron i współpracownicy zmierzili skłonność do oglądania przemocy i agresję faktycznie przejawianą w zachowaniu u kilkuset dzieci w wieku 8-9 lat oraz u tych samych osób w 10 lat później. Jak ilustruje rys. 10.3, duża skłonność do oglądania filmów agresywnych w wieku 8-9 lat istotnie korelowała (0,31) z agresją w wieku lat 18-19. Jednak wczesna agresywność w zachowaniu

Rysunek 10.3. Związki między oglądaniem przemocy w TV i agresywnością przejawianą w zachowaniu tych samych 211 chłopców w wieku 8-9 i 18-19 lat



Źródło: Eron i in. (1972).

nie korelowała z późniejszą skłonnością do oglądania przemocy w TV (0,01). Ta właśnie różnica sugeruje, że wcześniejsze oglądanie przemocy w TV jest przyczyną późniejszej agresji, nie zaś na odwrót. Wymowę tych często cytowanych wyników osłabia jednak fakt, że uzyskano je jedynie dla chłopców i że nie udało się ich powtórzyć innym badaczom (np. Singer, Singer, 1981). Logiczne wydaje się oczekiwanie, że w miarę upływu lat efekty nawyków telewizyjnych kumulują się, że im więcej dzieci zdążyły naoglądać się przemocy w TV, tym bardziej stają się agresywne. Związek preferowania agresywnych programów TV z agresywnością we własnym zachowaniu powinien więc nasilać się wraz z wiekiem. Jednak takiej kumulacji nie wykazują ani dane z rysunku 10.3, ani żadne inne badania nad tym problemem.

Podsumowując, skłonność do oglądania przemocy w TV jest rzetelnie, choć słabo skorelowana z agresją we własnym zachowaniu (młodocianych) widzów. Brak rozstrzygających dowodów, że owe telewizyjne nawyki są przyczyną trwałego wzrostu agresji. Warto jednak pamiętać, że nawet krótkotrwałe nasilenie agresji w wyniku oglądania cudzej przemocy może w wielu sytuacjach być niebezpieczne - wyobraźmy sobie grupę wyrostków w wieczorną godzinę po obejrzeniu „ostrego” kryminału. Omówione tu teorie agresji każą przewidywać, że skutki oglądania przemocy są albo krótkotrwałe (teoria przesunięcia pobudzenia), albo komplikowane tym, czy obserwowana przemoc zostaje ukarana, czy nie (teoria modelowania).

Powodem słabości związku oglądania przemocy z agresją może być fakt, że do niedawna w większości filmów przemoc była albo ukarana, albo okazywała się nieskuteczna. Jednak od ostatniej dekady XX wieku wyraźnie nasiliła się liczba filmów, w których przemoc prowadzi do pozyskania

korzyści przez sprawcę i nie zostaje nigdy ukarana. Nie można wykluczyć, że długofalowe skutki tej zmiany kulturowej jeszcze dadzą o sobie znać, a widzialne gołym okiem i w oficjalnych statystykach nasilenie przemocy może być także skutkiem niezwykle częstego pokazywania przemocy przez media w pogoni za oglądalnością. Tendencja ta jest bardzo niebezpieczna, bowiem wskazać można co najmniej cztery mechanizmy psychologiczne, na mocy których oglądanie przemocy nasila agresję we własnym zachowaniu widza:

- 1) naśladownictwo i modelowanie, a więc uczenie się przez obserwację konsekwencji cudzych działań (szczególnie, gdy przemoc zostaje nagrodzona);
- 2) zubożenie na sygnały cierpienia, wygaszenie fizjologicznych reakcji na cudzą opresję (wiadomo z badań laboratoryjnych, że to jeden ze skutków oglądania przemocy);
- 3) rozhamowanie agresji - zawieszenie norm zakazujących agresję bądź uczenie norm, które ją nakazują jako właściwy sposób postępowania, a więc wykształcanie swoistej „kultury przemocy”;
- 4) wykształcanie u widzów nierealistycznej wiedzy o świecie: przemoc na ekranie jest nieporównanie częstsza niż w życiu (por. Z ŻYCIA 5a).

Elementy przemocy i jej wyraźną apoteozę zawiera wiele gier wideo, a gry takie preferowane są przez dzieci - szczególnie chłopców. Prawdopodobnie również przemoc symbolicznie odgrywana przez dzieci w trakcie gier owocuje wzrostem agresji w ich rzeczywistych zachowaniach - wskazuje na to kilka badań, choć ich liczba jest zbyt mała, by wyciągnąć rzetelne wnioski (Diii, Diii, 1998).

10.2.4. Normy i oczekiwania społeczne

Zakaz krzywdzenia innego człowieka jest powszechnym składnikiem systemów etycznych, np. wraz z nakazem miłości bliźniego występuje w trzech największych religiach świata: chrześcijaństwie, islamie i buddyzmie. Pomimo tego, społeczna norma zakazująca agresji wcale nie zawsze obowiązuje. Wiele ideologii postuluje konieczność wyłączenia jakichś grup ludzi spod normalnego obowiązywania norm moralnych, co prowadzi do dehumanizacji ofiar. „Heretycy”, „niewierni”, „podludzie”, „wróg klasowy” - każda z tych etykietek oznaczała setki tysięcy bądź miliony ofiar zamordowanych w zgodzie z odpowiednio przykrojonym zakresem obowiązywania norm moralnych.

Wpływ norm na postępowanie wiąże się zwykle z dwoma czynnikami. Po pierwsze, przestrzeganie norm przynosi człowiekowi aprobatę innych, zaś łamanie spotyka się z ich potępieniem. Po drugie, przestrzeganie norm pozwala człowiekowi na samonagradzanie (przede wszystkim w postaci wzrostu szacunku dla siebie), podczas gdy ich łamanie prowadzi do samopotępienia.

Pierwsze z tych twierdzeń wiedzie oczywiście do przewidywania, że obecność innych ludzi potępiających agresję powinna ją hamować, podczas gdy obserwatorzy agresję pochwalać mogą do jej nasilenia. Klarownego potwierdzenia tej hipotezy dostarczyły eksperymenty Bordena (1975), gdzie w obecności zwolennika agresji badani zachowywali się bardziej agresywnie niż w obecności obserwatora-pacyfisty. Przy tym wycofanie obserwatora pochwalać agresję powodowało jej spadek, choć wycofanie obserwatora potępiającego przemoc nie zmieniło natężenia agresji, do której byli jednak stale prowokowani w trakcie eksperymentu. Inne doświadczenie tego samego autora wykazało, że na badanych mężczyzn identyczny wpływ wywiera sama płeć obserwatora: bardziej byli agresywni w obecności obserwującego ich mężczyzny niż kobiety. Takie zmiany poziomu agresji w zależności od poglądów obecnych w danej sytuacji obserwatorów sugerują, że wpływ aprobaty społecznej na zachowanie jest efektem nie mechanicznego warunkowania sprawczego, lecz świadomego dążenia do pozyskania aprobaty bieżących obserwatorów. Aprobata innych jest ważnym czynnikiem nasilającym agresywność u przestępców, którym zwykle bardziej zależy na aprobacie innych przestępców (pochwalających agresję), niż na aprobacie nieprzestępców, agresję potępiających (Kosewski, 1977).

Drugie twierdzenie, wiążące przestrzeganie norm z samonagradzaniem i samopotępieniem, ma bardziej złożone konsekwencje. Implikuje ono, że im silniej jednostka wyznaje normę nieagresji, tym mniej powinna przejawiać agresji we własnym zachowaniu. Ponieważ jednak procesy samonagradzania i samopotępienia występują głównie wtedy, gdy człowiek koncentruje uwagę na sobie, związek ten powinien mieć miejsce głównie w warunkach autokoncentracji. W zgodzie z tym rozumowaniem, wiele badań wykazało, że silne wyznawanie normy nieagresji hamuje agresję głównie bądź jedynie w warunkach autokoncentracji (np. Carver, 1975). Tak więc pomimo wyznawania normy, ludzie mogą się do niej nie stosować, gdyż nie myślą o danej normie lub o sobie jako jej wykonawcy.

10.2.5. Alkohol

Potoczna obserwacja sugeruje, iż alkohol nasila agresję, a w sposób bardziej systematyczny dowodzą tego statystyki przestępczości i badania laboratoryjne. Sprawcy przestępstw agresywnych częściej działają pod wpływem alkoholu niż sprawcy przestępstw pozbawionych elementów przemocy. Z kolei liczne badania laboratoryjne przekonują, że badani nietrzeźwi są bardziej agresywni od badanych trzeźwych; różnica ta jest umiarkowanej wielkości i rośnie wraz ze wzrostem dawki alkoholu (Ito, Miller, Pollock, 1996). Jednak prawie wszystkie znane badania na ten temat wykonano na mężczyznach, którzy byli zarówno agresorami, jak i ofiarami agresji.

Dlaczego alkohol nasila agresję? Jedną z możliwych odpowiedzi odwołuje się do pojęcia samosprawdzającego się proroctwa (por. rozdz. 3.3.3). Ludzie

wierząc, że alkohol nasila skłonność do agresji (o czym świadczą liczne badania ankietowe), swoje oczekiwania wprowadzają w życie, tym bardziej, że zdając sobie sprawę z ich powszechności mogą liczyć na wyrozumiałość lub aprobatę otoczenia. Tak więc, jeżeli ktoś po spożyciu alkoholu staje się bardziej agresywny, może to być skutkiem nie tylko samego alkoholu, ale i świadomości, że się alkohol wypilo. Z tego powodu w wielu badaniach osoby spożywające alkohol porównuje się nie ze zwyczajną grupą kontrolną, ale grupą otrzymującą placebo - np. czysty tonię z informacją, że zawiera on alkohol. Większość tego rodzaju badań przekonuje jednak, że to alkohol, a nie samo przekonanie o jego spożyciu nasila agresję (Hull, Bond, 1986).

Liczne badania laboratoryjne przekonują, że alkohol uszkadza funkcjonowanie poznawcze człowieka, np. obniża zapamiętywanie i zdolność do myślenia abstrakcyjnego. Przede wszystkim zaś zawęża pole uwagi do nielicznych i najbardziej wyrazistych bodźców centralnych w danej sytuacji (jak prowokacja, stresory), te zaś często są bodźcami nasilającymi agresję, podczas gdy różne czynniki potencjalnie ją hamujące (np. wyznawane normy, niepożądane przyszłe konsekwencje własnej agresji) są mało wyraziste w aktualnej sytuacji, a ich przetwarzanie wymaga operacyjnych zasobów umysłu niedostępnych w stanie intoksykacji. Steele i Josephs (1990) nazywają to zwężenie uwagi *krótkowzrocznością alkoholową*, która jest odpowiedzialna nie tylko za wzrost agresji, ale także i inne efekty spożycia alkoholu, jak redukcja przeżywanego stresu, czy niepohamowane samochwalstwo. Badania przekonują, iż takie efekty alkoholu występują jedynie w sytuacji gdy bodźce prowokujące do agresji (czy innych zachowań) są silne, zaś sygnały hamujące agresję - słabe. Również metaanaliza 49 badań wykonana przez Ito, Millera i Pollock (1996) potwierdza tę koncepcję, ponieważ różnica między nietrzeźwymi i trzeźwymi okazała się większa przy słabej prowokacji do agresji, a mniejsza przy prowokacji silnej, kiedy jedni i drudzy stają się silnie agresywni. Tak więc pod wpływem alkoholu reakcje na prowokację wyglądają tak, jakby człowiek nie dostrzegał, że prowokacja jest słaba lub jakoś usprawiedliwiona.

Drugi mechanizm, na mocy którego uszkodzenie procesów poznawczych przez alkohol prowadzi do wzrostu agresji, wiąże się z oceną zagrożenia niesionego przez bieżącą sytuację i własne w niej zachowania. Większość sytuacji związanych z agresją jest poważana także z zagrożeniami, zaś spożycie alkoholu prowadzi do zaniżonej oceny zagrożeń, co osłabia strach, a więc podstawowy czynnik hamujący agresję (Sayette, 1993). Wykonana przez Ito i współpracowników metaanaliza potwierdza również tę koncepcję, bowiem różnica między osobami nietrzeźwymi i trzeźwymi rośnie w miarę wzrostu lękotwórczości sytuacji, w której dochodzi do agresji. Większa agresywność osób nietrzeźwych dotyczy przede wszystkim sytuacji wywołujących lęk.

10.2.6. Czynniki genetyczne

Faktem, który w swoim czasie wywołał sporo zamieszania, jest związek chromosomowej anomalii XYY z przestępczością (normalni mężczyźni mają parę XY, kobiety - parę XX, Y uważany jest za chromosom determinujący męskość). Podczas gdy częstość tej anomalii wynosi w populacji mężczyzn od 0,1 do 0,2%, stwierdzono ją aż u 2,9% upośledzonych umysłowo przestępców. Dało to asumpt twierdzeniom, jakoby przestępczość, a w szczególności agresywność, miała genetyczne podłoże, mimo że 88% mężczyzn z anomaliami zostało skazanych za kradzieże o nie-agresywnym charakterze. Przegląd kilkunastu badań dotyczących ogółem ponad 5 tys. więźniów wykazał występowanie tej anomalii u 1,9% więźniów (Jarvik, Kłodin, Matsuyama, 1973). Jest to więc ogólnie bardzo niewielki procent, a w dodatku wiele spośród tych badań miało tendencyjny charakter, gdyż dotyczyły one więźniów o obniżonej inteligencji. Ponieważ niedostatki inteligencji przestępcy w oczywisty sposób nasilają szansę jego uwięzienia, twierdzić można, że powodem nadwyżki osób z dodatkowym chromosomem Y wśród (uwięzionych) przestępców jest ich mniejsza inteligencja, a nie większa agresywność.

Nadreprezentacja osób z dodatkowym chromosomem Y wśród uwięzionych przestępców nie jest więc dowodem na genetyczne zdeterminowanie agresji u człowieka. Jednak przynajmniej u mężczyzn agresywność jest cechą o znacznej stałości w ciągu życia, pomimo oddziaływań środowiskowych ukierunkowanych na jej redukowanie (Olweus, 1979). Na znaczną rolę czynników genetycznych wskazują badania z zakresu genetyki behawioralnej, polegające na porównaniach stopnia podobieństwa (tutaj: pod względem agresji) osób w różnym stopniu spokrewnionych, w szczególności bliźniąt jedno- i dwujajowych. Nie ulega wątpliwości, że bliźnięta jednojajowe bardziej są do siebie zbliżone pod względem poziomu agresji niż dwujajowe, nawet wówczas, gdy są wychowywane oddzielnie. Metaanaliza kilkunastu badań na ten temat pozwala sądzić, że indywidualne zróżnicowanie agresywności jest w ponad 50% uwarunkowane czynnikami genetycznymi (Miles, Carey, 1997). Ograniczeniem tych badań jest jednak fakt, że prawie wszystkie posługiwały się wskaźnikami agresji w postaci kwestionariuszy wypełnianych przez badanych lub ich rodziców, a nie obiektywnymi miarami agresji przejawianej w zachowaniu.

Na zakończenie porównajmy względną siłę różnych psychologicznych wyznaczników agresji, wedle tego, co tu mówią metaanalizy badań z tej dziedziny. Jak pokazuje tabela 10.3, najsilniejszym wyznacznikiem agresji jest prowokacja i pobudzenie emocjonalne przeżywane tuż przed lub tuż po prowokacji. Nieco słabszy, ale znaczny wyznacznik agresji to alkohol i płeć męska sprawcy oraz obecność sygnałów wywoławczych agresji w sytuacji, w której do niej dochodzi, gdy równocześnie przeżywane jest pobudzenie

emocjonalne. Najślabszy jest wpływ samych sygnałów wywoławczych oraz nawykowego oglądania przemocy na filmach.

Co ciekawe, sygnałem wywoławczym agresji może być także seks. Thomas Mussweiler i Jens Forster (2000) wykazali w serii badań, że aktywizacja treści związanych z seksem prowadzi do ułatwienia percepcji wyrazów związanych z agresją (szybszego identyfikowania słów o agresywnej treści wyświetlanych na ekranie komputera), choć aktywizacja treści agresywnych nie ułatwia percepcji bodźców o treści seksualnej. To jednokierunkowe skojarzenie seksu z agresją występuje zarówno u kobiet, jak i mężczyzn, choć ma dla nich odmienne konsekwencje. U mężczyzn, choć nie u kobiet, aktywizacja seksu nasila agresję (zapewne dlatego, że to zwykle są sprawcami agresji seksualnej). U kobiet, choć nie u mężczyzn, aktywizacja seksu nasila skłonność do interpretowania niejednoznacznego zachowania mężczyzny jako agresywnego (zapewne dlatego, że to kobiety są zwykle ofiarami agresji seksualnej).

Tabela 10.3. Porównanie względnej siły najważniejszych psychologicznych wyznaczników agresji - wyniki różnych metaanaliz

Siła wpływu (d)	Wyznacznik	Wskaźnik agresji	Źródło
1,20	prowokacja	wskaźniki laboratoryjne	Carlson, Miller (1988)
1,21	klimat (liczba dni gorących)	przestępstwa agresywne	Anderson (1989)
0,51	stresory, np. zimno, tłok	wskaźniki laboratoryjne	Carlson, Miller (1988)
0,25/0,61	alkohol	różne wskaźniki	Bushman, Cooper (1990)
0,54	alkohol	różne wskaźniki	Ito, Miller, Poliock (1996)
0,40	płeć męska	agresja fizyczna	Eagly, Steffen (1986)
0,18	płeć męska	agresja psychiczna	Eagly, Steffen (1986)
0,38	SWA i pobudzenie em.	różne wskaźniki	Carlson i in. (1990)
0,20	SWA bez pobudzenia	różne wskaźniki	Carlson i in. (1990)
0,27	oglądanie przemocy	oceniana w zachowaniu	Wood, Wong, Chachere (1991)
-0,12/-0,37	empatia	różne wskaźniki	Eisenberg, Miller (1987)

Uwaga: SWA = sygnały wywoławcze agresji.
interpretacja d: do 0,20 = małe; 0,50 = umiarkowane; powyżej 0,80 = duże.

10.3. JAK ZAHAMOWAĆ AGRESJĘ?

Wobec oczywistej szkodliwości agresji staje przed nami pytanie: czy agresję można zahamować, a jeżeli tak, to w jaki sposób? Dwa najczęściej wskazywane sposoby to likwidacja agresji przez rozładowanie napięcia oraz karanie agresji.

10.3.1. Katharsis, czyli rozładowanie

Hipoteza katharsis pojawia się w trzech głównych postaciach. *Katharsis* właściwa polega na rozładowaniu rodzącego agresję pobudzenia dzięki dokonaniu aktu agresji przez człowieka przeżywającego owo pobudzenie. W wyniku agresji spadać by miało i pobudzenie, i szansa dalszego zachowania agresywnego. Z kolei *katharsis pomocnicza* polega na rozładowaniu rodzącego agresję pobudzenia dzięki wykonaniu innego niż agresja działania obniżającego napięcie, takiego jak aktywność fizyczna, gry sportowe czy fantazje na temat przemocy. Ponieważ te pomocnicze sposoby rozładowania napięcia są mniej szkodliwe od samej agresji, zaleca się, aby młodzi ludzie uprawiali sporty, a przestępcy pracowali, dzięki czemu i jedni, i drudzy stawać by się mieli mniej agresywni. Wreszcie *katharsis zastępcza* polega na rozładowaniu rodzącego agresję pobudzenia dzięki obserwowaniu innego człowieka, który w zastępstwie obserwatora rozładowuje swoje (i jego) pobudzenie czy to za pośrednictwem agresji, czy innych działań obniżających napięcie. Zalecenia wynikające z wiary w katharsis zastępczą są podobne jak poprzednio: ludzie powinni chodzić na mecze czy do kina, gdyż czyni ich to mniej agresywnymi.

Wiara w katartyczny efekt agresji jest w naszej kulturze bardzo rozpowszechniona i trwała (wyrażał ją już Arystoteles w *Poetyce*). Jednak badania psychologiczne każą patrzeć na hipotezę katharsis bardzo sceptycznie.

Istniejące dane dość zgodnie dowodzą, iż poziom fizjologicznego napięcia przeżywanego przez agresora sprowokowanego do agresji spada w wyniku jej dokonania. Co najmniej 11 eksperymentów wykazało, że akt agresji powoduje częściowy lub całkowity spadek rozkurczowego ciśnienia krwi do poziomu sprzed prowokacji, która z kolei wzrost ciśnienia wywołuje (por. Hokanson, 1970; Geen, Quanty, 1977). Jednakże w ten sposób oddziałuje jedynie agresja skierowana na prowokatora, nie zaś na inne osoby - tak więc nie stwierdza się katartycznego efektu agresji przeniesionej. Liczne z tych badań wykazały ponadto, że spadek napięcia hamowany jest własnym lękiem bądź poczuciem winy agresora.

Natomiast badania nad wpływem aktu agresywnego na wielkość dalszej agresji tego samego sprawcy przyniosły wyniki równie zgodne, choć o przeciwnej wymowie. Eksperymenty, w których prowokowano ludzi do wrogiej wypowiedzi na temat „ofiary” wykazały, że ostatecznym tego następstwem był bardziej wrogi stosunek do ofiary niż u badanych, którzy nie mieli okazji do początkowego przejawiania wrogości. Ponadto ludzie, którzy uprzednio zadawali innej osobie ból nabierają gorszego o niej zdania (mniej ją lubią i przypisują jej więcej negatywnych cech) niż badani, którzy nie mieli okazji agresywnie się zachować w stosunku do tej osoby (por. Geen, Quanty, 1977). Co więcej, liczne badania wykazują, że podczas wielokrotnego powtarzania

agresji fizycznej w stosunku do tej samej osoby, poziom agresji nie tylko nie spada, ale rośnie (np. Buss, 1966; Geen, 1970). Krótko mówiąc, przeżycie agresji nasila skłonność do dalszej agresji w stosunku do tej samej ofiary. Choć więc agresja powoduje spadek fizjologicznego napięcia zgodnie z hipotezą katharsis (właściwej), poziom następującej potem agresji rośnie, dokładnie sprzecznie z tą hipotezą. Katharsis pomocnicza była przedmiotem mniejszej liczby badań niż właściwa. Niemniej istniejące dane wykazują, że fantazje agresywne kierowane na prowokatora nie powodują powrotu napięcia fizjologicznego do poziomu sprzed prowokacji, a ćwiczenia fizyczne, walenie młotkiem czy rzeczywista aktywność sportowa wymagająca ostrej rywalizacji powoduje raczej wzrost niż spadek agresji (Geen, Quanty, 1977). Wyniki badań nad katharsis pomocniczą są więc bardzo podobne jak poprzednio: udział w agresywnych grach i ćwiczeniach fizycznych nie obniża agresji, lecz zwykle ją nasila.

Katharsis zastępczej dotyczą poprzednio omawiane badania nad wpływem treści agresywnych w mass mediach na poziom agresji ich odbiorców. Tak więc i w tym przypadku można stwierdzić ze znacznym stopniem pewności: przyglądanie się cudzej agresji powoduje u obserwatora przynajmniej krótkotrwały wzrost agresywności. Także kibicowanie sportowe więcej budzi okazji do agresji (szczególnie między zwolennikami różnych drużyn) niż do jej zastępczego rozładowania - o czym świadczą liczne burdy na polskich i nie tylko polskich stadionach.

Omówione fakty są więc jednoznaczne: wbrew hipotezie katharsis, przemoc rodzi dalsze stosowanie przemocy (spiralą przemocy). Krańcowe przypadki agresji często poprzedzane są narastającą spiralą przemocy. Np. jedno z badań wykazało, że w 85% przypadków zabójstw współmałżonka, w ciągu 2 lat poprzedzających zabójstwo, policja interweniowała w danej rodzinie co najmniej raz, zaś aż w 54% dochodziło do takiej interwencji 5 lub więcej razy (Blanchard, Blanchard, 1986). Co więcej, sama wiara w katartyczny efekt jest szkodliwa, bowiem po przeczytaniu artykułu prasowego zachęcającego do „nieszkodliwego” rozładowania agresji, ludzie stają się bardziej skłonni do wyładowania złości na przedmiotach, a następnie bardziej agresywni wobec innych ludzi, niż w sytuacji gdy uprzednio przeczytają artykuł przekonujący o tym, że rozładowywanie napięcia agresywnego jest nieskuteczne (Bushman, Baumeister, Stack, 1999).

Liczne koncepcje teoretyczne omawiane w tym i innych rozdziałach pozwalają wskazać najważniejsze powody występowania spirali przemocy.

Po pierwsze, akt agresji może funkcjonować jako nagroda: przytoczone poprzednio wyniki rzetelnie wskazały, że akt agresji powoduje spadek napięcia. Ponieważ w rozważanej sytuacji idzie zwykle o napięcie nieprzyjemne, jego usunięcie jest nagrodą utrwalającą zachowanie agresywne, które ulgę przyniosło (zgodnie z zasadą warunkowania sprawczego). W dodatku

agresja bywa skutecznym sposobem uzyskiwania innych niż sama ulga zysków agresora, co również prowadzi do jej nasilenia.

Po drugie, akt agresji wywołuje tendencję do jego uzasadnienia negatywnymi cechami ofiary. Normy moralne zakazują agresji, w związku z czym - jak każde zachowanie sprzeczne z normami - wymaga ona szczególnego uzasadnienia ze strony jej sprawcy. Sprawca może ją uzasadnić albo własnymi skłonnościami, albo tym, że ofiara zasłużyła na to, co ją spotkało. Ponieważ pierwsze wyjaśnienie stawia samego sprawcę w ujemnym świetle, wybiera on zwykle wyjaśnienie drugie, które nasila dalszą agresję (jeżeli ktoś raz zasługuje na agresję, zasługuje na nią i przy następnej okazji). W przypadku przemocy intensywniej i uprawianej na skalę społeczną, tego rodzaju zabiegi przyjmują postać wspominanej już uprzednio dehumanizacji ofiar, czemu zwykle towarzyszy szeroko rozbudowana ideologia uzasadniająca tę dehumanizację.

Po trzecie wreszcie, wykonanie lub obserwacja aktu agresywnego osłabia działanie czynników hamujących agresję, a nasila działanie sygnałów wywoławczych agresji. Zaś i jedno, i drugie prowadzić może do nasilenia agresji.

10.3.2. Karanie agresji

Innym standardowo zalecanym i wykorzystywanym sposobem na agresję jest jej karanie. Psychologowie na ogół sceptycznie odnoszą się do karania, uważając je za mało skuteczne i nazbyt kosztowne dla karanego. Jest to skutkiem wpływu wczesnych prac B. Skinnera, który ekstrapolując na ludzi wyniki badań nad zwierzętami głosił, że kary są i nieskuteczne, i szkodliwe. Jednak interpretacje Skinnera znacznie wykraczały poza dość nieliczne - podówczas - wyniki, a późniejsze badania jednoznacznie wykazały, że kary stanowią w przypadku zwierząt skuteczny sposób usuwania zachowań (Fantino, 1973). Skuteczność karania agresji u ludzi pozostaje jednak problemem kontrowersyjnym, do czego przynajmniej w pewnym stopniu przyczynia się brak rozróżnienia odstraszającej i korekcyjnej funkcji kar. Funkcja odstraszająca polega na tym, że ukaranie agresji hamuje jej występowanie u innych osób, które się jej (jeszcze) nie dopuściły. Funkcja korekcyjna polega na tym, że ukaranie agresji hamuje jej przyszłe występowanie u ukaranej osoby.

Kary mogą niewątpliwie dość skutecznie pełnić funkcję odstraszającą. Nauczycielka stawia do kąta chłopca ciągnącego dziewczynki za włosy, w nadziei, że dzięki temu i inni chłopcy nie będą dręczyć swoich koleżanek. Wiele badań Bandury (1973) i innych autorów wskazuje, że nadzieje nauczycielki są całkiem uzasadnione - obserwacja modelu, którego agresja została ukarana, powoduje spadek agresji obserwatorów. Odstraszającej funkcji kar dowodzą też obserwacje rzeczywistych zjawisk społecznych. Np. przestępczość jest hamowana publicznie podaną informacją o wykonaniu kary śmierci, a w zbliżonym stopniu także informacją o karze dożywotniego

więzienia (Phillips, 1980; 1986). Podobnie jak badania nad skutkami obos-
trzenia prawa karnego (Gibbs, 1987) wskazuje to, że surowość kary nie ma
decydującego znaczenia dla skuteczności jej odstraszałej funkcji. Czyn-
nikiem decydującym jest natomiast nieuchronność kary, przekonanie
potencjalnego agresora, że zostanie za swą agresję ukarany. Ogólnie opinia
psychologów i kryminologów jest więc taka, że o skutecznym zwalczaniu
przestępczości decyduje raczej procent jej wykrywalności i karalności, niż
surowość kar przewidzianych prawem. Kary działają odstraszałco na poten-
cjalnych agresorów, tym mocniej, im bardziej uważają, że agresja nieuchron-
nie doprowadzi do kary.

Bardziej złożona jest kwestia korekcyjnej skuteczności kary. Obserwacje
rzeczywistych zjawisk społecznych sugerują zarówno skuteczność, jak i nie-
skuteczność karania. Za tym pierwszym przemawia np. fakt, że im surowiej
policja reaguje na sprawcę przemocy w rodzinie, tym rzadziej przemoc jest
zgłaszana w późniejszym okresie (Sherman, Berk, 1984), albo że chłopcy
silnie agresywni w stosunku do rówieśników bywają całkiem potulni w domu,
jeżeli ich rodzice karzą agresję „domową”, a zachęcają do „pozadomowej”
(Bandura, Walters, 1968). Za nieskutecznością karania przemawia natomiast
obserwacja, że najsilniej karane dzieci są też najczęściej agresywne (Mika,
1969), a podobną zależność obserwuje się również wśród przestępców (Ko-
sewski, 1977).

Tego rodzaju sprzeczności wynikają z licznych czynników ograniczających
korekcyjną skuteczność kary. Agresja jest często nagradzająca dla agresora
- aż 80% przypadków agresji kierowanej przez dzieci na rówieśników kończy
się uzyskaniem jakiejś korzyści przez agresora, np. „nabyciem” zabawki czy
terytorium (Patterson, Littman, Bricker, 1967). Wymogiem skutecznego
karania jest odebranie agresji jej instrumentalnej wartości (najskuteczniejsze
są kary natychmiastowe, niepozwalające agresji dokończyć i odnieść z niej
korzyści), bądź też stosowanie kar na tyle silnych, że ich negatywne konse-
kwencje dla agresora przeważają nad zyskami z agresji. Jednakże podnoszenie
surowości kary jest zabiegiem obosiecznym, ponieważ kara może łącznie
przekroczyć taką wysokość, która jest przez karaną osobę akceptowana.
W rezultacie może ona potraktować karę jako agresję ze strony karzącego,
co budzi negatywne emocje, w związku z czym ich stosowanie może dać
efekty odwrotne w stosunku do zamierzonych - np. fizyczne karanie agresji
dziecka dostarcza mu dalszych wzorców agresywnego zachowania. Korek-
cyjna skuteczność kary wymaga więc spełnienia licznych warunków, które
zwykle dość trudno osiągnąć w rzeczywistych sytuacjach życiowych. Jednak
spora liczba badań wskazuje, że kiedy karaniu agresji towarzyszy nagradzanie
alternatywnych sposobów zachowania, agresja ulega osłabieniu (Bandura,
1969; 1973).

10.3.3. Złożone interwencje psychologiczne

Zarówno hipoteza katharsis, jak i karanie agresji są w istocie jednoczynniko-
wymi podejściami do kontroli agresji. Ponieważ jednak sama agresja jest
uwarunkowana wieloma czynnikami, większą szansę na skuteczność mają
złożone interwencje psychologiczne, w których usiłuje się agresję usunąć przez
eliminację różnych czynników ją inspirujących i podtrzymujących oraz przez
dostarczanie alternatywnych w stosunku do agresji wzorców zachowania.

Spośród wielu proponowanych interwencji tego rodzaju (por. Dubów,
Cappas, 1990) najbardziej przekonujący wydaje się program zrealizowany
przez Pattersona i współpracowników. Program ten opiera się na idei, że
poważne nasilenie agresji u dzieci jest skutkiem wychowania w rodzinie
charakteryzującej się spiralą wzajemnego przymusu między
rodzicami i dziećmi. W rodzinach takich rodzice usiłują wpływać na dziecko
za pośrednictwem różnych form przymusu (dezaprobata, poniżanie, wy-
śmiewanie, agresja słowna i fizyczna), zaś dzieci również usiłują wymusić
określone zachowania na rodzicach przez płacz, napady złości, wycie, agresję
słowną i fizyczną. Tego rodzaju kontrataki dziecka okazują się w 70%
przypadków skuteczne, bowiem kończą się wycofaniem rodzica z próby
interwencji, co powoduje utrwalenie się zarówno agresji u dziecka, jak
i wycofywania się u rodzica (Patterson, 1986).

Zaproponowany przez Pattersona program interwencyjny skierowany jest
głównie na rodziców i rozpoczyna się od wyjaśnienia zasad, na mocy których
spiralą wzajemnego przymusu w rodzinie pojawia się, utrwała i narasta.
Rodzice instruowani są, w jaki sposób spiralę tę przerwać za pomocą po-
zbawionych przymusu zachowań, jak komunikować się i negocjować z dzie-
ckiem i jak nagradzać je za zachowania prospołeczne. Badania pokazują, że
zarówno 6-tygodniowa (Patterson, 1976), jak i 17-tygodniowa (Patterson
i in., 1982) interwencja spowodowała istotny spadek agresji u większości
badanych dzieci i spadek wymuszających zachowań tak u dzieci, jak i u ro-
dziców. Jednakże w dwa lata później wielu z nich zaprzestało stosowania
niewymuszających taktyk wobec swoich pociech. Zarówno te, jak i inne
badania wskazują, że problem z agresją u dzieci polega nie tyle na niemoż-
ności znalezienia sposobów jej usuwania, ile na kłopotach z nakłonieniem
rodziców do stałego stosowania tych sposobów.

10.4. PODSUMOWANIE

Dwie popularne w potocznej refleksji teorii wyjaśniające agresję są zupełnie
nieprawdziwe. Założenie o wrodzonym i powszechnym charakterze ludzkiej
agresji (teoria instynktu) jest fałszywe. Daleka od prawdy jest też koncepcja, że
frustracje powodują kumulowanie się popędu agresywnego, który prędzej czy
później musi się wyładować albo bezpośrednio, albo w jakiejś przemieszczonej

czy przetworzonej postaci. Choć frustracje faktycznie często prowadzą do agresji, wcale tak być nie musi. Liczne badania przekonują natomiast o wyuczonym charakterze agresji - zachowania takie są nabywane, wywoływane, podtrzymywane, i wygaszane stosownie do naszych przekonań o karach i nagrodach, z jakimi zachowania te się spotykają. Przekonania te wywodzą się nie tylko z naszych doświadczeń, ale i z obserwacji cudzych doświadczeń. Najważniejsze czynniki nasilające agresję, to: prowokacja, pobudzenie emocjonalne, alkohol, normy społeczne i oglądanie cudzej przemocy. Choć ujawnienie agresji powoduje (w pewnych warunkach) rzeczywisty spadek pobudzenia emocjonalnego, nie powoduje to spadku dalszej agresji. Przeciwnie, prowadzi często do spirali agresji, ponieważ agresja bywa nagradzająca i zwykle zostaje uzasadniona negatywnymi cechami ofiary. Skutecznym sposobem odstraszania od agresji (do której jeszcze nie doszło) jest zagrożenie jej karą, jeżeli kara ta jest spostrzegana jako nieuchronna i sprawiedliwa. W pewnym wąskim zakresie warunków kary mogą też usuwać agresję u osób, agresywnie już się zachowujących. Jednak najbardziej skuteczne są tu złożone interwencje psychologiczne, których istotą nie jest karanie agresji, lecz podsuszanie i nagradzanie alternatywnych w stosunku do niej wzorców zachowania.

KONCEPCJA 10 **Teoria transferu pobudzenia** **emocjonalnego**

Stworzona przez Dolfę Zillmanna (1979; 1987) teoria transferu (przesunięcia) pobudzenia emocjonalnego opiera się na dwóch obserwacjach, że:

- 1) pobudzenie emocjonalne zalega w organizmie jakiś czas (ok. 10 min) nawet po zaprzestaniu oddziaływania jego źródła (co wiąże się z dużą bezwładnością autonomicznego układu nerwowego zawiadującego fizjologią emocji);
- 2) zmiany treści myśli decydujących o interpretacji pobudzenia mogą być bardzo szybkie, podobnie jak zmiany po jawiających się bodźców wskutek przejścia przez człowieka z jednej sytuacji do drugiej.

W konsekwencji, pobudzenia emocjonalne pochodzące z różnych źródeł („starego” i nowego) sumują się i stają subiektywnie nierozróżnialne. Jednak całość pobudzenia człowiek przypisuje jednemu tylko czynnikowi - zwykle jest to źródło pobudzenia działającego w nowej, bieżącej sytuacji. Owo subiektywne przesunięcia pobudzenia pojawia się tylko w pewnym

Podstawowe pojęcia

• agresja	odstraszająca i korekcyjna funkcja
• agresja instrumentalna	kary
• agresja wroga	pobudzenie emocjonalne
• efekt broni	poznawcza kontrola agresji
• fiksacja	prowokacja
• frustracja	przemieszczenie agresji
• hamowanie agresji	regresja
• katharsis	spirala przemocy
• krótkowzroczność alkoholowa	sygnały wywoławcze agresji
• kultura honoru	teoria instynktu
• modelowanie	transfer pobudzenia

Literatura zalecana

Ghiglieri M.P. (2001). *Ciemna strona człowieka* (przekł. T. Tanalska-Dulęba). Warszawa: Wydawnictwo CiS, Wydawnictwo WAB. Kosewski M. (1977). *Agresywni przestępcy*. Warszawa: Wiedza Powszechna.

oknie czasowym, zwykle między 3 a 10 minutą po zaprzestaniu oddziaływania „starego” źródła (choć występują tu znaczne różnice indywidualne związane z fizjologiczną kondycją jednostki). W ciągu pierwszych trzech minut przesunięcie pobudzenia nie pojawia się, ponieważ człowiek zwykle zdaje sobie jeszcze sprawę z faktycznych źródeł „starego” pobudzenia. Po 10 minutach przesunięcie zanika, ponieważ zanika samo pobudzenie. Liczne badania Zillmanna i współpracowników wykazały, że przesunięcie pobudzenia nie zależy od treści czynników wywołujących pobudzenie ani „stare”, ani „nowe”. Agresję nasila pobudzenie wywołane ćwiczeniami fizycznymi, stresorami (ból, zatłoczenie, lęk, nieprzyjemne temperatury) oglądaniem dreszczowców albo filmów śmiesznych lub erotycznych. Co ciekawe, te same czynniki nasilać też mogą skłonność do zachowań pomocnych (por. rozdz. 9), a nawet... erotyczny pociąg do płci przeciwnej (por. rozdz. 8). Zjawisko transferu pobudzenia leży więc u podstaw wielu różnych zachowań społecznych, jeżeli tylko są one motywowane emocjonalnie.

GRUPA SPOŁECZNA

Arystoteles nazwał człowieka „zwierzęciem społecznym” i niewątpliwie miał rację, gdyż skłonność i zdolność do działań grupowych jest jedną z najbardziej uderzających ludzkich cech pod każdą szerokością geograficzną i w każdym czasie. Ludzie tworzą grupy co najmniej z trzech powodów. Po pierwsze, mają silną potrzebę afiliacji (przebywania z innymi) i przynależności społecznej - łatwo i chętnie tworzą więzi z innymi nawet w nie-sprzyjających warunkach, utrzymują je pomimo kosztów, z trudem je zrywają, jeszcze gorzej znoszą ich brak, a wiele najważniejszych uczuć i myśli koncentruje się na relacjach z innymi (Baumeister, Leary, 1995). Po drugie, grupy udzielają swoim członkom wsparcia społecznego rozumianego jako interakcje, dzięki którym ludzie nawzajem sobie pomagają oraz tworzą sieć kontaktów i związków spostrzeganych jako źródło akceptacji, troski i ewentualnej pomocy w razie potrzeby (Kaniasty, 2001). Duża liczba badań przekonuje, że osoby dysponujące gęstą siecią kontaktów społecznych lepiej znoszą stresy, rzadziej zapadają na depresję i inne zaburzenia psychiczne, są szczęśliwsi, mają lepiej funkcjonujący układ immunologiczny, a nawet żyją dłużej niż osoby pozbawione wsparcia. Po trzecie, grupy oczywiście umożliwiają realizację przedsięwzięć, których jednostka nigdy nie byłaby w stanie zrealizować z powodu ich rozmiarów i stopnia komplikacji - od piramidy Cheopsa do Internetu.

11.1. STRUKTURA I FUNKCJONOWANIE GRUPY

Grupa społeczna to dwie lub więcej osób, które: (1) komunikują się ze sobą i wzajemnie na siebie wpływają, szczególnie w bezpośrednich kontaktach „twarzą w twarz”; (2) mają poczucie przynależenia nawzajem do siebie (myślą o grupie „My”) oraz (3) mają wspólny cel. Zwykle grupa wykształca także pewną strukturę (organizację wewnętrzną), którą można rozważać z punktu widzenia jej elementów (konkretnych osób lub ról do spełnienia) oraz mechanizmów integracyjnych, którymi są komunikacja i różnicowanie się statusu oraz normy i spójność grupowa.

Rozwój struktur grupowych dobrze ilustruje opowieść o Janie Kowalskim, który z kuzynką i znajomym zakładają restaurację. Początkowo wszyscy

robią wszystko - każde po trosze gotuje, obsługuje klientów i sprząta. Jednak tylko Jan ma duży samochód i dar perswazji, tak więc to on zajmuje się zaopatrzeniem i pertraktacjami w urzędach. Jan i przyjaciele umówili się, że w kontaktach z klientami zawsze będą uprzejmi i mili w myśl zasady „klient nasz pan”. Życzliwe traktowanie klientów szybko stało się normą w ich restauracji, która w ciągu roku zdobyła sobie renomę miejsca, gdzie można nieźle zjeść w miłej atmosferze. Klientów jest tyle, że można wynająć sąsiedni lokal i znacznie powiększyć restaurację. Jan już nie może pomagać w kuchni, ponieważ cały jego czas pochłania zaopatrzenie i koordynacja działań załogi, która powiększa się o dodatkowego kucharza i kelnera. Nowi pracownicy szybko przejmują obowiązującą w restauracji normę „klient nasz pan”, życzliwa atmosfera pozostaje więc jej znakiem, firmowym i nadal przyciąga klientów. Po zatrudnieniu dwóch dalszych osób, kuzynka Jana coraz wyraźniej wyłania się jako szefowa kuchni, zaś jego przyjaciel zostaje przełożonym kelnerów. Wreszcie Jan, nie mogąc podolać rosnącemu zakresowi obowiązków zatrudnia zaopatrzeniowca i księgową, a sam zaczyna pełnić rolę koordynatora całości. Nie robi już niczego „własnymi rękoma”, lecz działa jedynie przez podległych sobie podwładnych. W ten sposób dopełnia się proces różnicowania ról pełnionych poszczególne osoby i zajmowanych przez nie pozycji w grupie. Choć na początku niemalże wcale nie było podziału pracy i wszyscy byli sobie z grubsza równi, rosnący zakres zadań wymusił zarówno specjalizację, jak i zróżnicowanie statusu poszczególnych członków grupy.

Wyłoniona w ten sposób struktura grupy staje się w dużym stopniu niezależna od osób zajmujących poszczególne p o z y c j e s p o ł e c z n e , czyli miejsca w grupie związanego z funkcją, jaką osoba je zajmująca spełnia wobec całej grupy. Zajmując pozycję szefowej kuchni, kuzynka Jana pełni pewną rolę społeczną, a więc robi to, czego wymaga ta pozycja i co z grubsza robiłaby każda inna osoba pełniąca tę rolę. Ogólnie mówiąc, r o l a s p o ł e c z n a to pewne zachowania, których grupa oczekuje od osób zajmujących określoną pozycję w grupie. Role są zróżnicowane nie tylko z uwagi na specjalizację zajęć, ale także z uwagi na s t a t u s , czyli prestiż, jakim obdarzane są w grupie i poza nią. Pozycja szefa kuchni ma wyższy prestiż niż szeregowego kucharza, ale niższy od dyrektora restauracji.

Zróżnicowanie ról i statusu decyduje o trwałym charakterze grupy, podobnie jak normy grupowe, czyli reguły określające właściwe i niewłaściwe sposoby zachowania członków grupy. Innymi słowy, są to podzielane przez grupę nakazy i zakazy co do sposobu postępowania, myślenia i odczuwania. Norma życzliwego traktowania klientów może obowiązywać w restauracji Jana, nawet gdyby wszyscy jej założyciele (i twórcy normy) odeszli do innej pracy, bowiem normy cechują się dużą trwałością, co wynika z ich licznych funkcji (Cartwright, Zander, 1968). Po pierwsze, normy przyczyniają się do osiągnięcia przez grupę założonych celów,

jak norma

„klient nasz pan”, dzięki której restauracja Jana okazała się sukcesem. Po drugie, normy decydują o trwaniu grupy. W szczególności w przypadku grup nieformalnych, czyli pozbawionych ram instytucjonalnych, regulaminów itd. Jeżeli grupa kibiców jakiejś drużyny piłkarskiej przestanie przestrzegać takich norm, jak chodzenie na mecze, dopingowanie „swoich” zawodników i wdawanie się w bójki z kibicami konkurencyjnego klubu, to po prostu przestanie istnieć. Po trzecie, normy są tworzywem rzeczywistości społecznej. Tylko normom grupowym 22 mężczyzn biegających po boisku za jedną piłką zawdzięcza wiarę, że robi coś ważnego i wartego uwagi innych ludzi, liczonych nieraz w dziesiątki tysięcy. Wreszcie normy określają relacje grupy z jej otoczeniem społecznym - przynależność do grupy kibiców jednoznacznie określa stosunek do innych grup i jednostek i co należy w kontakcie z nimi robić (bić się z konkurencją, rzucać kamieniami w policjantów i grozić wszystkim pozostałym).

11.1.1. Interakcje i różnicowanie statusu

Głównym mechanizmem różnicowania statusu w grupie są interakcje (wzajemne oddziaływania) i komunikacja między jej członkami. Wykazały to klasyczne badania Balesa (1950) nad procesem realizacji zadań przez małe grupy złożone z kilku nieznających się uprzednio osób. Obserwując wzajemne komunikowanie się członków małych grup zadaniowych, Bales rozwinął dość kompletny system klasyfikacji obejmujący niemal wszystkie rodzaje interakcji pojawiających się w grupie. Jak ilustruje tabela 11.1, na system ten składają się cztery ogólne klasy interakcji: pozytywne działania społeczno-emocjonalne, działania zadaniowe, wymiana informacji i negatywne działania społeczno-emocjonalne - a każda z tych klas zawiera trzy bardziej szczegółowe rodzaje interakcji.

Posługując się asystentami dobrze wytrenowanymi w stosowaniu tego systemu kodowania interakcji, Bales i Slater (1955) wykazali, że w spontanicznym przebiegu interakcji w małej grupie z reguły wykształcają się dwa rodzaje „specjalistów”. Pierwsi to specjaliści społeczno-emocjonalni - menedżerowie relacji społecznych, którzy inicjują większość pozytywnych zachowań społeczno-emocjonalnych, jak okazywanie solidarności, redukcja napięć i wyrażanie zgody. Rozpoczynają też wymianę informacji, a choć sami nie inicjują działań zadaniowych, często bywają one do nich adresowane. Po drugie, wyłaniają się też specjaliści zadaniowi - menedżerowie działań zbliżających grupę do osiągnięcia celu. Inicjują działania zadaniowe i są głównymi adresatami próśb o informacje i sugestie rozwiązań, a także adresatami negatywnych działań społeczno-emocjonalnych, jak sprzeciw czy okazywanie napięcia. Specjaliści zadaniowi są zwykle uważani za osoby najbardziej przyczyniające się do osiągnięcia celów grupy, zaś specjaliści społeczno-emocjonalni są najbardziej

Tabela 11.1. System analizy procesu interakcji Balesa (1950) i różnicowanie się ról w małej grupie zadaniowej

Rodzaj interakcji	Specjaliści społeczno-emocjonalni		Specjaliści zadaniowi	
	inicjują	odbierają	inicjują	odbierają
pozytywne działania społeczno-emocjonalne				
1) okazanie solidarności	X	X		
2) redukcja napięć	X	X		
3) zgadzanie się	X			X
działania zadaniowe				
4) dawanie sugestii		X	X	
5) wyrażanie opinii		X	X	
6) ukierunkowywanie		X	X	
wymiana informacji				
7) prośba o wskazówki	X			X
8) prośba o opinię	X			X
9) prośba o sugestię	X	X		X
negatywne działania społeczno-emocjonalne				
10) niezgadzanie się			X	X
11) okazywanie napięcia	X			X
12) sprzeciwianie się			X	X

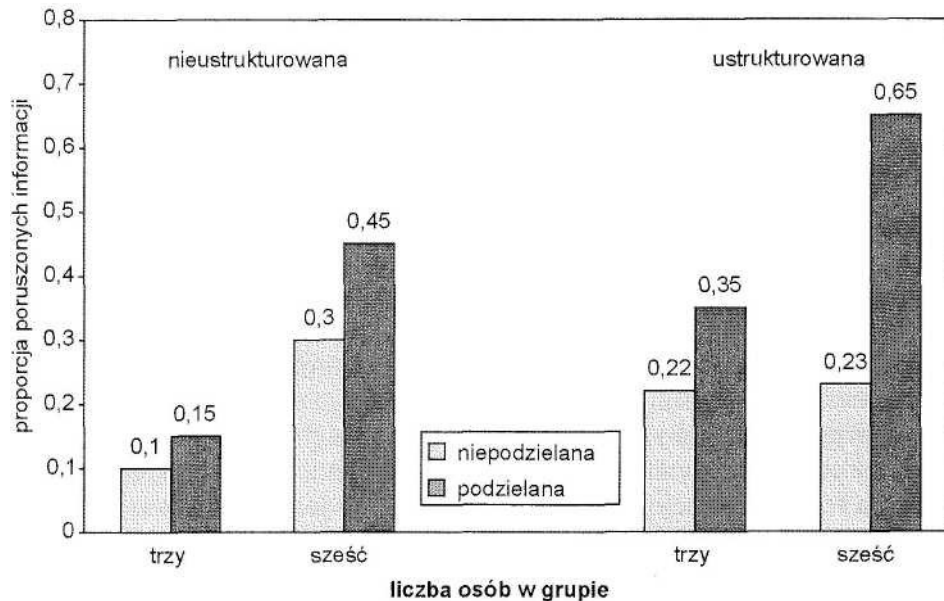
przez grupę lubiani. Zwykle w tych dwóch rolach pojawiają się różni członkowie grupy, ponieważ wymagania obu ról bywają wzajemnie sprzeczne (nacisk na realizację zadań czasami trudno pogodzić z troską o dobre samopoczucie członków grupy), a do ich spełnienia potrzebne są odmienne umiejętności.

Wyłanianie się specjalistów społeczno-emocjonalnych, a w szczególności zadaniowych, jest wyrazem różnicowania się statusu. Potwierdzenie i podwyższanie własnego statusu jednostek jest ważnym mechanizmem funkcjonowania grupy odpowiedzialnym za wiele zjawisk, które w niej występują. Przede wszystkim decyduje ono o pojawieniu się hierarchii władzy (o czym mowa pod koniec tego rozdziału), ale także i o innych, z pozoru odległych zjawiskach. Przykładem jest tendencyjna komunikacja informacji podzielną polegającą na tym, że przeciętny członek grupy częściej porusza w dyskusji i przekazuje innym te informacje, które oni już znają (a więc informacje podzielane), niż informacje, które posiada tylko on, a więc niepodzielane przez grupę (Stasser, 1992). Zjawisko to ilustrują wyniki eksperymentu, gdzie badani w trzyposobowych lub sześcioposobowych grupach dyskutowali, którego z kilku kandydatów wybrać na prezesa studenckiej organizacji. Charakterystyka kandydatów zawierała po części takie informacje, które znane były wszystkim dyskutantom (informacje podzielane), a po części informacje, które znane były tylko jednemu uczestnikowi dyskusji

(informacje niepodzielane). Ponadto połowie grup nakazywano ustrukturować dyskusję w taki sposób, aby nie pominąć żadnej istotnej informacji o kandydatach, zaś połowie nie dawano tej dodatkowej instrukcji. Przebieg dyskusji nagrywano, a następnie dokładnie analizowano. Analizy te wykazały trzy zależności przedstawione na rysunku 11.1. Po pierwsze, informacja podzielana była częściej poruszana w dyskusji od niepodzielanej. Po drugie, przewaga ta była większa w grupach sześćosobowych niż trzyosobowych. Po trzecie, przewaga ta rosła przy instrukcji nakazującej strukturowanie dyskusji, czyli uważanie na to, by poruszyć wszystkie istotne informacje o kandydatach.

Krótko mówiąc, uczestnik grupowej dyskusji o wiele chętniej mówi o tym, o czym wszyscy i tak dobrze wiedzą, niż o niepowtarzalnych informacjach, które znane są tylko jemu i których przekazanie mogłoby wnieść coś nowego do grupowej decyzji. Nadzieja na lepsze decyzje grup niż jednostek opiera się w dużym stopniu na założeniu, iż członkowie grupy dzielą się danymi, poszerzając pulę wspólnych zasobów informacyjnych. Tendencyjna komunikacja informacji podzielanych każe na te nadzieje spojrzeć sceptycznie, tym bardziej, że nawet wysiłki, aby poruszyć wszystkie istotne informacje skutkują efektem odwrotnym do zamierzeń.

Rysunek 11.1. Częstość dyskutowania informacji podzielanej i niepodzielanej przez innych w dyskusji grupowej



Skłonność do częstszego poruszania informacji znanej wszystkim niż znanej tylko jednemu badanemu rośnie wraz ze wzrostem liczby osób w grupie oraz jest większa przy instrukcji nakazującej ustrukturowanie dyskusji (strona prawa) niż przy braku takiej instrukcji (strona lewa). Źródło: Stasser, Taylor, Hanna (1989).

Dlaczego ludzie częściej komunikują informacje podzielane? Pewną rolę może odgrywać sam rozkład prawdopodobieństw: informacja posiadana przez wielu członków grupy ma po prostu większą szansę pojawić się w dyskusji, niż informacja posiadana tylko przez nielicznych (Stasser, 1992). Tłumaczy to m.in. dlaczego komunikacja informacji podzielanych narasta w większych grupach, choć nie tłumaczy innych zjawisk, np. dlaczego komunikacja informacji podzielanych narasta przy świadomych wysiłkach strukturalizacji dyskusji. Jednak kluczową rolę odgrywają tu raczej budowanie statusu - chęć pokazania się sobie i innym członkom grupy jako osoba kompetentna. Poruszanie informacji podzielanych o wiele lepiej nadaje się do takiego celu niż podnoszenie informacji niepodzielanych - w przypadku tych pierwszych wartość informacji jest oczywista, gdyż wszystkim znana.

Badania Gwen Wittenbaum i współpracowniczek (1999) wykazały, że podejmując decyzję, którego z kandydatów zatrudnić, członkowie działających wspólnie par oceniają informacje podzielane jako ważniejsze, bardziej istotne dla decyzji i trafniejsze od niepodzielanych informacji o kandydatach. Nie dziwi zatem, że osoby poruszające w dyskusji przede wszystkim informacje podzielane, są uważane za bardziej kompetentne (zarówno przez partnerów, jak i przez samych siebie) od osób poruszających informacje niepodzielane. Komunikacja informacji podzielanych jest zatem sposobem na podwyższanie własnego statusu w grupie: potwierdza kompetencje zadaniowe jednostki w oczach partnerów (i własnych), spotyka się z aprobatą i uznaniem członków grupy, którzy wzajemnie siebie wzmacniają w komunikowaniu tych właśnie informacji. Z analizy tej wynika ważny warunek ograniczający skłonność do chętniejszego podnoszenia informacji podzielanych - jeżeli członkowie grupy już się dobrze znają, to nie muszą ustalać i potwierdzać własnych kompetencji za pomocą tych aktów komunikacji. Ponieważ partnerzy już im ufają, mogą także podnosić informacje niepodzielane. W konsekwencji partnerzy dobrze się znający jeszcze przed przystąpieniem do zadania chętniej dzielą się niepowtarzalnymi informacjami z resztą grupy, a większa skłonność do komunikowania informacji podzielanych zanika (Gruenfeld i in., 1996). Pokazuje to jak ważnym zabiegiem jest budowanie zespołu z nieznanymi się osobami zanim przystąpią one do wspólnego wykonywania zadania.

11.1.2. Spójność grupy

Cechą dobrego zespołu jest s p ó j n o ś ć rozumiana jako suma sił skłaniających jednostki do pozostania w grupie (Festinger, 1950). Trzy główne siły wynikają z atrakcyjności innych członków grupy, atrakcyjności wykonywanego wspólnie zadania (zaangażowanie w zadanie) oraz z atrakcyjności całej grupy, czyli jej prestiżu (duma grupowa).

Przytaczane w rozdz. 7.2.1 dane dowodzą, że silnym wyznacznikiem spójności grupowej jest zaangażowanie w działanie, a w szczególności

uzasadnianie własnego wysiłku - grupa jest tym bardziej spójna, im trudniej do niej wejść. Dlatego wiele grup tworzy przeróżne rytuały przejścia - obrzędy inicjacyjne i okresy wstępne wymagające od aspirantów dużych wysiłków finansowych (wkupienie się), fizycznych (zamiatanie korytarza szczoteczką do zębów) lub psychicznych (strach, upokorzenie). Uzasadniając poniesiony wysiłek, ludzie podnoszą we własnych oczach wartość grupy i dumę z przynależności do niej. Wysiłki takie bywają bezsensowne, upokarzające lub groźne (jak „fala” w wojsku), jednak trudno całkowicie te zjawiska zlikwidować, gdyż są one spontanicznym działaniem grupy podnoszącym jej spójność (Cialdini, 2001). Duża liczba danych przekonuje, że ponadto spójność grupy jest tym większa im mniej liczy członków, im trudniej ją opuścić, im większe są jej dotychczasowe sukcesy oraz im większe jest zewnętrzne zagrożenie realizacji celów grupy czy samego jej istnienia - jak wiadomo, wielu polityków ma do zaoferowania wyborcom wyłącznie wroga (no i siebie w charakterze obrońców przed wrogiem, który zostaje powołany do życia wyłącznie po to, by dany polityk doszedł do władzy).

Im bardziej spójna jest grupa, tym skuteczniejsze jej działania. Metaanaliza 66 badań nad tą hipotezą wskazuje jednak, iż związek spójności grupy z jej skutecznością jest średnio rzecz biorąc słaby ($r = 0,25$; Mullen, Copper, 1994). Wynika to głównie z zależności tego związku od dwóch dodatkowych czynników. Jednym jest wielkość grupy: im większa grupa, tym słabszy związek między jej spójnością a skutecznością, wskutek tego, że w dużych grupach zarówno spójność, jak i produktywność są niewielkie - ich zmienność jest mała, a zatem i współzmiennność nie może być duża. Drugim czynnikiem jest realność grupy - stopień, w jakim jej członkowie rzeczywiście stanowią grupę - utożsamiają się z grupą, która ma swoją historię, symbole, normy i wpływ na tożsamość i samoocenę członków. W grupach tworzonych na użytek eksperymentu z nieznanymi się uprzednio osób, związek spójności ze skutecznością jest bardzo słaby ($r = 0,16$), natomiast w badaniach korelacyjnych nad rzeczywistymi grupami związek ten jest istotnie silniejszy, a największą wartość osiąga w zespołach sportowych ($r = 0,54$). Jest to przejaw ogólniejszej prawidłowości polegającej na większej sile różnych efektów grupowych w zespołach rzeczywiście istniejących, niż tworzonych na użytek eksperymentu. Te pierwsze oczywiście znacznie bardziej są faktycznymi grupami.

Analizy Mullen i Copper pozwoliły też odpowiedzieć na pytanie, który z uprzednio wymienionych składników spójności (wzajemna atrakcyjność członków, zaangażowanie w zadanie, duma grupowa) najbardziej decyduje o związku spójność-skuteczność. Bezapelacyjnie najważniejszym aspektem spójności okazało się tu zaangażowanie członków grupy w wykonywane zadanie - jeżeli spójność wynika z silnego angażowania się członków grupy w zadanie, to o wiele bardziej skutkuje wzrostem skuteczności grupowych działań niż wtedy, gdy spójność wynika ze wzajemnego lubienia się lub

dumy z przynależności do grupy. Warto przy tym dodać, że oddziaływanie to jest dwustronne - samo zaangażowanie członków we wspólne działania bardzo znacznie nasila spójność grupy.

11.1.3. Wzajemne wpływy większości i mniejszości

Ważnym mechanizmem utrzymania grupy i jej spójności są wzajemne wpływy wywierane na siebie przez członków grupy, w szczególności przez większość na mniejszość. Choć zawartość podrozdziału na temat konformizmu (7.1.2) nie pozostawia wątpliwości, że większość wywiera silniejszy wpływ od mniejszości, a tego samego dowodzi metaanaliza dziesiątków badań nad tym problemem (Tanford, Penrod, 1984), niewątpliwie także mniejszość zdolna jest do wywierania wpływu na większość. Chwila namysłu przekonuje, że wiele opinii wyznawanych przez większość miało w przeszłości charakter mniejszościowy - przed opanowaniem Europy przez chrześcijaństwo jego wyznawcy stanowili nieliczną garstkę, a zanim zaczęliśmy wbrew świadectwu zmysłów uważać, że Ziemia kręci się wokół Słońca, wszyscy wyznawali pogląd dokładnie przeciwny.

Wpływ mniejszości na większość może być skuteczny dzięki dwóm strategiom. Strategia pierwsza, proponowana przez Serge'a Moscovicię (1980; 1985), to *k o n s e k w e n t n e o d s t ę p s t w o*. Mniejszość wywiera skuteczny wpływ, jeżeli jest silnie zaangażowana w swoje poglądy, jeżeli jest konsekwentna (nie zmienia swoich poglądów i prezentuje jednomyślność), jeżeli pozostaje otwarta na argumenty większości, choć potrafi publicznie i dobrowolnie stanąć w obronie własnych poglądów i nie ugiąć się pod presją. Spośród tych proponowanych cech skutecznej mniejszości, tylko rola konsekwencji zyskała sobie solidniejsze poparcie w dotychczasowych badaniach empirycznych. Jednak właśnie uporczywa nieustępliwość może być widziana jako tępota, stronniczy upór mniejszości i wywoływać tym silniejszy opór większości. Stąd też Hollander (1964) proponuje dwufazową *s t r a t e g i ę* działania mniejszości. W fazie pierwszej odstępcy zachowują swoje poglądy dla siebie, a na zewnątrz ulegają większości, w celu zyskania jej zaufania i akceptacji. Dopiero później, gdy nadejdzie właściwa chwila, ujawniają swoje poglądy sprzeczne z opiniami większości, którą łatwiej będą mogli przekonać dzięki uprzednio uzyskanemu zaufaniu. Mimo wzajemnej sprzeczności, obie te strategie okazują się skuteczne, nawet w obrębie tego samego badania (Bray, Johnson, Chilstrom, 1982). Wskazuje to, że choć zarówno konsekwentne odstępstwo, jak i odstępstwo poprzedzone początkowym uleganiem wystarczają do skutecznego wpływu mniejszości na większość, żadna z tych dwóch strategii nie jest warunkiem koniecznym takiego wpływu.

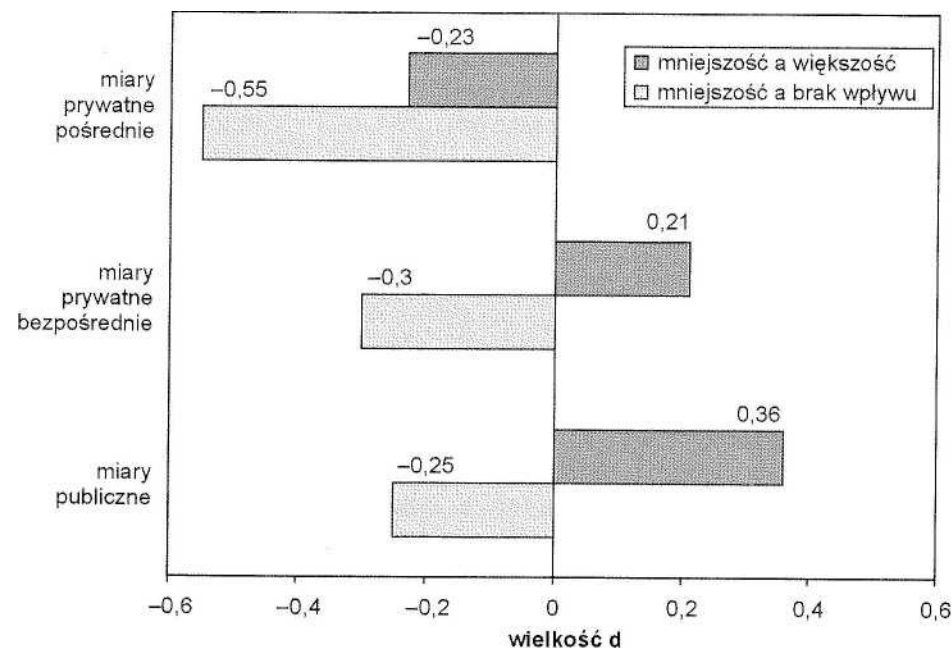
Problemem skupiającym uwagę wielu badaczy jest pytanie, czy wpływy mniejszości i większości dochodzą do skutku na mocy tych samych, czy też

różnych reguł i procesów psychicznych. Zwolennicy identyczności reguł rządzących wpływem większości i mniejszości podkreślają, że różnice między tymi wpływami mają charakter jedynie ilościowy. Zarówno większość wpływa na mniejszość, jak i odwrotnie, tyle że ten drugi wpływ jest słabszy z tego powodu, że wywierany jest przez mniejszą liczbę osób (Łatane, Wolf, 1981; por. *KONCEPCJA 11*). Zwolennicy odmienności reguł podkreślają natomiast jakościową różnicę procesów wzbudzanych przez oddziaływania większości i mniejszości. Moscovici (1980) postawił interesującą hipotezę, że podczas gdy wpływy większości wywołują uleganie - konformizm zewnętrzny, czyli publiczne powtarzanie opinii większości przy niekoniecznej prywatnej ich akceptacji, wpływy mniejszości wywołują konwersję (nawrócenie) - rzeczywistą zmianę poglądów, niekoniecznie jednak ujawnianą w opiniach publicznie głoszonych przez jednostkę.

Istotnie, wiele badań wskazuje, że wpływy większości wywołują silniejszą zmianę opinii głoszonych publicznie, niż prywatnie wyznawanych „w cichości ducha”, podczas gdy wpływy mniejszości są raczej ukryte, tj. silniejsza jest tu zmiana opinii prywatnie wyznawanych, niż publicznie głoszonych (Maass, Clark, 1984). Metaanaliza prawie setki badań wykonana przez Wendy Wood i współpracowniczki (1994) przekonuje, że w wypadku miar prywatnych i pośrednich wpływy mniejszości są wręcz ponaddwukrotnie silniejsze od wpływów większości. Jak pokazuje rysunek 11.2, przy miarach prywatnych bezpośrednich oraz miarach publicznych, wpływ mniejszości był słabszy od wpływu większości, ale i tak istotnie przekraczał wartość zerową. Przy tym miary bezpośrednie odnoszą się wprost do kwestii, której wpływ dotyczy; miary pośrednie odnoszą się do kwestii treściowo powiązanych, ale nie identycznych z tą, której dotyczył wpływ (np. jeżeli zadanie eksperymentalne dotyczy podejmowania ryzykownych decyzji, to miarą bezpośrednią jest uleganie wpływowi w tych dylematach, przy których wywierano na badanego nacisk, by był bardziej skłonny do ryzyka, zaś miarą pośrednią jest skłonność badanego do ryzyka przy rozwiązywaniu innych, nowych problemów - Clark, 1988).

Tak więc wpływy mniejszości - bardziej niż wpływy większości - promieniują na inne treści powiązane ze sporną kwestią. Moscovici wyjaśnia to założeniem, że wpływ większości wywołuje proces wzajemnego porównywania sprzecznych opinii bez szczególnego skupiania uwagi na samej spornej kwestii. Uwaga i aktywność umysłowa ludzi poddanych naciskowi jest w tym przypadku skupiona raczej na osobach stanowiących większość. Natomiast wpływ mniejszości wywołuje proces walidacji (sprawdzania trafności) opinii, czyli poszukiwania gdzie leży prawda, dzięki czemu uwaga i aktywność umysłowa ludzi koncentruje się na spornej kwestii. Badania empiryczne przekonują jednak, że wpływy mniejszości i większości różnią się nie tyle ilością, ile jakością wzbudzanej przez nie aktywności poznawczej. W szczególności seria badań Charlan Nemeth (1986) przekonuje, że jednostki

Rysunek 11.2. Wielkość wpływu mniejszości w porównaniu z wpływem większości i warunkami braku wpływu dla różnych typów miar uległości - wyniki



Wielkość d oznacza standaryzowaną różnicę między średnimi (uśrednioną dla wielu badań); ujemne wartości oznaczają silniejszy wpływ mniejszości, dodatnie wartości oznaczają silniejszy wpływ większości.

Źródło: Wood i in. (1994).

poddane wpływowi mniejszości zaczynają myśleć w bardziej twórczy, oryginalny sposób o przedmiocie sporu i kwestiach pokrewnych oraz potrafią samodzielnie znaleźć więcej poprawnych rozwiązań sporu, niż osoby poddane uprzednio wpływowi większości. Co ciekawe, różnice te występują nawet wtedy, kiedy mniejszość nie ma racji. Wszystko to sugeruje, że znalezienie się w niezgodzie z mniejszością wywołuje bardziej kontrolowane procesy przetwarzania informacji, podczas gdy znalezienie się w niezgodzie z opiniami większości wywołuje przetwarzanie bardziej automatyczne, częściej posługujące się heurystykami (por. rozdz. 2). Odpowiedzialne za to mogą być co najmniej trzy różnice między mniejszością i większością (Maass, West, Cialdini, 1987).

Po pierwsze, mniejszość jest z natury *rzeczy bardziej wyrazista* i jawi się jako figura na tle większości. W większym stopniu przyciąga uwagę, dzięki czemu jednostka bardziej świadomie przetwarza jej komunikaty, lepiej je pamięta (co wykazało kilka badań), a efekty tych komunikatów są bardziej długotrwałe.

Po drugie, mniejszość - przy wyrównaniu wszystkich innych czynników, takich jak status czy fachowość - jest *mniej wiarygodna* od większo-

ści: na ogół jakaś opinia wydaje się nam tym prawdziwsza, im więcej osób w nią wierzy. Badania nad perswazją przekonują natomiast, że ludzie w bardziej świadomy i zróżnicowany sposób przetwarzają komunikaty pochodzące z mało wiarygodnego źródła (z wyjątkiem bardzo ważnych kwestii, które zawsze przetwarzane są z większą uwagą). Natomiast przekazy z wiarygodnego źródła są częściej przetwarzane nieuważnie i za pomocą heurystyk, takich jak „im więcej argumentów, tym lepiej”, albo „im większy fachowiec, tym słuszniejsza opinia”. Znalezienie się w opozycji do większości wywołuje ponadto silniejsze pobudzenie emocjonalne (stres), niż znalezienie się w opozycji do mniejszości. Stres wywołany własną opozycją w stosunku do większości może być silny na tyle, że będzie obniżał sprawność procesów umysłowych (zgodnie z prawem Yerkesa-Dodsona). Z kolei mniejsze pobudzenie wywołane znalezieniem się w opozycji do mniejszości może sprawność tę poprawiać (również zgodnie z tym prawem).

Po trzecie wreszcie, niezłomność mniejszości jest bardziej jednoznaczna, niż niezłomność większości. Kiedy mniejszość konsekwentnie głosi jakieś opinie, robi to wbrew presji większości - wbrew niebezpieczeństwu wyśmiania, odrzucenia czy agresji. A zatem głosi swoje poglądy, bo w nie wierzy. Kiedy tak samo konsekwentni są członkowie większości, nie jest już tak jasne, czy robią to dlatego, że w swoje poglądy wierzą, czy dlatego, że chcą uniknąć możliwych represji ze strony większości. Również z tego względu poglądy mniejszości zasługują na staranniejsze rozważenie.

Tak więc nie tylko presja większości skłania ludzi do uległości - również poglądy mniejszości wywołują zmiany, choć słabsze i ukryte. Ponieważ jednak poglądy mniejszości bardziej inspirują do naszego własnego nad nimi myślenia, mniejszość może na dłuższą metę okazać się skuteczna i może skłonić większość do innowacyjności i porzucenia dotychczasowych poglądów.

11.2. ZADANIOWE FUNKCJONOWANIE GRUPY

Wiele powodów każe sądzić, że działanie w grupach jest skuteczniejsze (zapewnia wyższy poziom wykonania zadań) od działań tych samych osób w pojedynkę. Oto najważniejsze z tych powodów:

- 1) działanie w grupie może zagrzewać uczestników do szczególnych wysiłków i wytrwałości, zarówno dzięki wzajemnemu naśladownictwu, jak i dzięki „duchowi grupy” podwyższającemu jej morale;
- 2) działanie w grupie pozwala na wykorzystanie rzadko spotykanych umiejętności ważnych dla rozwiązania zadania, im większa grupa tym większa szansa, że znajdzie się w niej osoba obdarzona takimi umiejętnościami;
- 3) bardziej sprawni członkowie grupy mogą kompensować niedostatki gorzych członków grupy;

ZŻYCIA 11.a Gronowy model zmian społecznych

Biorąc za punkt wyjścia dynamiczną teorię wpływu społecznego, która zakłada, że mniejszość może przetrwać, jeżeli jest przestrzennie skupiona w gronach wzajemnie wspierających się elementów (por. KONCEPCJA 11), Andrzej Nowak i współpracownicy stworzyli drogą symulacji komputerowych gronowy model zmian społecznych, który pokazuje, w jaki sposób mniejszość może zwyciężyć większość (Nowak, Lewenstein, Szamrej, 1993). Dla wystąpienia tego efektu niezbędne jest wprowadzenie czynnika zewnętrznego w stosunku do systemu, jaki stanowi mniejszość, większość i zachodzące między nimi wpływy. W stylistyce zmiany opinii czy postaw, czynnikiem tym jest zróżnicowanie preferencji wykluczających się poglądów. Jeżeli pogląd mniejszościowy stanie się z jakichś względów bardziej preferowany (np. prokapitalistyczne postawy mogą stać się atrakcyjniejsze dzięki zyskom, jakie przynosią wyznawcom), dotąd mniejszościowe „grona nowego” rozrastają się wskutek powtarzających się wpływów społecznych. Grona nowego łączą się w pasma i stopniowo zyskują dominację nad „starym”, niegdyś dominującym poglądem, którego zwolennicy jednakowoż nie zanikają całkowicie, lecz „okopują się” w przestrzennie skupionych gronach.

Z kolei symulacje procesu odwracania nowo wprowadzonej zmiany społecznej wskutek ponownego odwrócenia atrakcyjności starych i nowych poglądów dowodzą ogromnej asymetryczności wielkości wpływu koniecznego do wprowadzania nowego i do przywrócenia starego. Podczas gdy wprowadzanie nowego wymaga kilkudziesięciu „aktów wpływu” (kroków symulacji), powrót do starego wymaga (przy ponownym odwróceniu atrakcyjności poglądów) jedynie kilku takich aktów. Jest to przyczynkiem do zrozumienia, dlaczego pierwsza generacja demokratycznych wyborów w europejskich krajach „realnego socjalizmu” przyniosła klęskę, druga zaś -znaczące zwycięstwo partii postkomunistycznych.

Rozważania te brzmią dość abstrakcyjnie, jednak znajdują one pełne potwierdzenie w ewolucji parametrów rozwoju ekonomicznego polskich gmin w latach zmiany systemowej 1989-1992 (Nowak, 1996). Podczas gdy w roku 1989 np. liczba prywatnych przedsiębiorstw była mniej więcej jednorodnie rozłożona w różnych regionach kraju, w dwóch następnych latach w niektórych gminach przedsiębiorstw tych wyraźnie przybywało, w innych - ubywało. Już w roku 1992 widać było wyraźne pasma gmin o dużej liczbie przedsiębiorstw (skupione w zachodnich i centralnych obszarach Polski) i równie wyraźne pasma gmin o małej liczbie przedsiębiorstw (skupione na wschodzie i południu kraju).

Z gronowego modelu zmiany społecznej wynikają też bardzo praktyczne wskazówki co do skutecznego rozłożenia środków mających zmianę promować. Jeżeli mamy -powiedzmy - środki na przeszkolenie 500 nauczycieli mających stać się zaczątkiem zmian w metodach nauczania, to nie warto szkolić tylko jednego nauczyciela z każdej z 500 losowo wybranych szkół (bo i tak utoną w „morzu starego”). Warto raczej szkolić po kilku z każdej szkoły, a poszczególne szkoły powinny być rekrutowane w taki sposób, by tworzyły kilkadziesiąt sąsiadujących grup (bowiem to umożliwi przetrwanie i być może rozrost gron „nowego”).

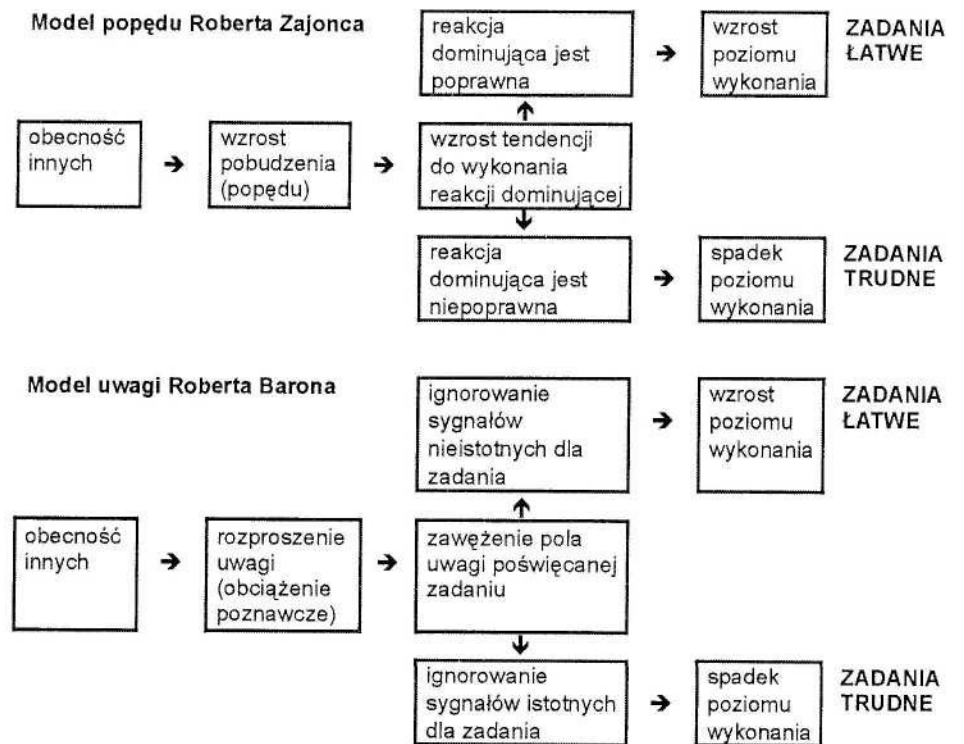
- 4) „co dwie głowy to nie jedna” - na wiedzę grupy składa się suma wiedzy jej członków, a ponieważ ci często dysponują różnymi informacjami nieznanymi pozostałym, grupa jest mądrzejsza od „uśrednionej” jednostki;
- 5) członkowie grupy mogą wzajemnie stymulować się intelektualnie i ko rygować swoje błędne decyzje, tak więc wiedzy grupy tworzy nową, lepszą jakość.

Co zdumiewające, znaczna część teorii i badań nad zadaniowym funkcjonowaniem grup dowodzi jednak czegoś wręcz przeciwnego - że działanie w grupie często prowadzi do pogorszenia wyników w porównaniu z działaniem w pojedynkę. Rozważmy to na przykładzie trzech najlepiej zbadanych zjawisk dotyczących działań grupowych: wpływu samej obecności innych (facylitacja i hamowanie społeczne), wpływu działania razem z innymi (próżniactwo społeczne) i jakości decyzji podejmowanych przez grupy (polarizacja grupowa i syndrom myślenia grupowego).

11.2.1. Facylitacja i hamowanie społeczne

Najprostszy aspekt działania grupowego wiąże się z samą obecnością innych ludzi. Istotą działania w grupie jest robienie czegoś wspólnie z innymi, ale wstępem jest tu sama obecność innych osób. Jak wpływa ona na funkcjonowanie zadaniowe jednostki? Próbę odpowiedzi na to pytanie podjął w roku 1898 Triplett w jednym z pierwszych badań psychologii społecznej, w którym dzieci nawijały żyłkę na kołowrotek - samotnie lub w obecności innych dzieci (por. Bond, Titus, 1983). Dzieci działające w obecności innych okazały się skuteczniejsze - w tym samym czasie nawinęły więcej żyłki od pracujących samotnie. Wzrost poziomu wykonania zadań pod wpływem obecności innych wykazano także w wielu innych wczesnych badaniach i nazwano efektem facylitacji społecznej (czyli ułatwienia społecznego). Jednak Pessin i Husband (1933), którzy prosili swoich badanych o rozwiązywanie zagadek lub uczenie się sylab bezsensownych stwierdzili, że obecność innych powoduje spadek poziomu wykonania w porównaniu z działaniem w samotności. Nazwano to efektem hamowania społecznego, który również wykazany został w wielu badaniach. Jednak w obliczu tak sprzecznych wyników, psychologowie niemalże na 30 lat porzucili problematykę wpływu obecności innych na funkcjonowanie zadaniowe.

Nawrót zainteresowania tą problematyką nastąpił dopiero w latach 60. pod wpływem Roberta Zajonca (1965), który przedstawił przekonującą próbę rozwiązania sprzeczności i wyjaśnienie mechanizmu, na mocy którego obecność innych wpływa na funkcjonowanie zadaniowe. Zajonc zauważył, że uczestnicy większości badań wykazujących efekt facylitacji wykonywali zadania łatwe (jak nawijanie żyłki), podczas gdy w badaniach wykazujących efekt hamowania, proszeni byli o wykonanie zadań trudnych (jak rozwiązywanie zagadek). Ponadto założył, że sama obecność innych jest czynnikiem nasilającym przeżywane pobudzenie, czyli działa na podobieństwo nasilonego popędu. Pozwoliło to odwołać się do ogólniejszej teorii Hulla-Spence'a zakładającej, że nasilenie popędu podnosi tendencje do wykonania reakcji dominującej w hierarchii reakcji wzbudzanych przez dowolny bodziec. Zajonc rozumował, że istotą zadań łatwych jest ich dobre wyuczenie, co oznacza, że dominująca reakcja w ich przypadku jest reakcją poprawną.



Model popędu ilustruje rozumowanie Zajonca (1965); model uwagi ilustruje rozumowanie Barona (1986).

Natomiast istotą zadań trudnych jest to, że wymagają one dopiero uczenia się, a dominująca reakcja ma charakter (jeszcze) niepoprawny. Obecność innych nasila więc w przypadku zadań trudnych reakcje niepoprawne i w rezultacie obniża poziom wykonania (por. rysunek 11.3).

Zatem obecność audytorium podniesie poziom gry świetnego pianisty, bowiem dla niego zagranie *Apassionaty* Beethovena jest zadaniem łatwym, w którym dominują reakcje poprawne, wzmagane pobudzeniem wywołanym przez widownię (właśnie z tego powodu koncertowe nagrania wybitnych wirtuozów często bywają lepsze od studyjnych). Dokładnie odwrotnie będzie w przypadku pianisty kiepskiego lub takiego, który dopiero uczy się grać *Apassionatę* - u niego dominują reakcje niepoprawne, również nasilane pobudzeniem wywoływanym przez audytorium. Teza Zajonca, iż obecność innych podnosi skuteczność działania w zadaniach łatwych, a obniża - w zadaniach trudnych, okazała się generalnie prawdziwa w metaanalizie ponad 200 badań (Bond, Titus, 1983), gdzie wskaźnikiem skuteczności była albo szybkość wykonania, albo ilość produktu.

Rysunek 11,3. Dwa modele wyjaśniające wpływ obecności innych na wzrost skuteczności działania w zadaniach łatwych (facylitacja społeczna), a spadek w zadaniach trudnych (hamowanie społeczne)

Dlaczego jednak obecność innych miałaby podnosić poziom pobudzenia, czyli ogólnej mobilizacji organizmu? Na pytanie to dawano trzy rodzaje odpowiedzi. Sam Zajonc (1965) uważał, że wzrost ten jest wyrazem czujności i przygotowania do reakcji na potencjalne działania innych, pojawiających się w otoczeniu osób, nawet kiedy jednostka z nimi nie rywalizuje, ani nie spodziewa się po nich żadnych zysków lub strat (takich jak aprobata czy odrzucenie). Odpowiedź druga jest taka, że pojawiający się inni wzbudzają w jednostce lęk przed oceną - ich obecność sygnalizuje perspektywę bycia ocenianym i możliwość oceny negatywnej (Cottrell, 1972). Choć koncepcja lęku przed oceną wydaje się całkiem rozsądna, w większości badań empirycznych nie zyskała sobie potwierdzenia. Na przykład efekty facylitacji przy zadaniu łatwym i hamowania przy zadaniu trudnym występują nawet w obecności osoby, która nie jest w stanie ocenić poziomu wykonania, gdyż - pod jakimś pretekstem - ma zasłonięte oczy i słuchawki na uszach (Schmitt i in., 1986). Również w cytowanej już metaanalizie Bonda i Titusa (1983) nie udało się wykryć istotnego wzrostu efektów obecności innych w warunkach nasilających lęk przed oceną. Wzrost kompetencji obserwatorów w sprawie, której dotyczy zadanie, zapewne nasila lęk przed oceną, jednak nie nasila efektu facylitacji w zadaniach łatwych, a hamowania w zadaniach trudnych. Przemawia to raczej za tezą Zajonca, że liczy się sama obecność innych, a nie za tezą Cottrella, że liczy się lęk przed negatywną oceną, jaką inni mogą wydać. Podobna wymowę ma także fakt, że efekty facylitacji-hamowania pojawiają się także u zwierząt, w tym u... karaluchów (Zajonc, Heingartner, Herman, 1969), które raczej trudno podejrzewać o lękanie się, jak wypadną w oczach innych.

Trzecie wyjaśnienie wzrostu pobudzenia zakłada, że pojawienie się innych osób (czy osobników własnego gatunku) przyciąga uwagę, szczególnie wtedy, kiedy jednostka pragnie porównywać swoje wyniki z ich wynikami. Powoduje to konflikt między koniecznością poświęcania uwagi zadaniu, a poświęcania jej innym obecnym osobom (Sanders, Baron, Moore, 1978). Podobnie jak każdy inny konflikt, ten konflikt uwagi skutkuje wzrostem ogólnego pobudzenia przeżywanego przez jednostkę. Wyjaśnienie to stosuje się zarówno do ludzi, jak i zwierząt, a przemawia za nim fakt, że efekty facylitacji-hamowania pojawiają się tylko wtedy, gdy zadanie ma taki charakter, że zwracanie uwagi na innych odciąga od niego uwagę (nie wszystkie zadania tego wymagają - np. podczas wygłaszania wykładu zwracanie uwagi na audytorium jest integralnym elementem zadania). Najciekawsze jest jednak to, że myślenie w kategoriach uwagi umożliwia jeszcze inne wyjaśnienie efektów obecności innych, zupełnie pomijające pojęcie pobudzenia (Baron, 1986). Jak ilustruje dolna część rysunku 11.3, pojawienie się innych prowadzi do rozproszenia uwagi i stanowi dodatkowe obciążenie umysłowe dla osoby skupionej na jakimś zadaniu. Wiadomo, że obciążenie umysłowe samo w sobie prowadzi do zawężenia pola uwagi i pomijania pewnych bodźców

(Cohen, 1978). Kiedy zadanie jest proste, oznacza to, że tylko nieliczne istotne sygnały wymagają uwagi, a zawężenie pola uwagi powoduje pomijanie sygnałów i tak nieistotnych dla zadania, co skutkuje wzrostem skuteczności działania. Kiedy jednak zadanie jest złożone, oznacza to konieczność obdarzania uwagą wielu istotnych sygnałów, a zawężenie pola uwagi powoduje pomijanie także pewnych istotnych sygnałów, co prowadzi do spadku poziomu wykonania.

Jak pokazuje rysunek 11.3, oba modele przewidują, że obecność innych podwyższa skuteczność działania w zadaniach łatwych, a obniża skuteczność w zadaniach trudnych. Jednak różnią się postulowanym mechanizmem psychologicznym tej zależności (pobudzenie kontra uwaga) oraz w odmienny sposób pojmują istotę zadań łatwych i trudnych. W modelu Zajonca istotą rozróżnienia między zadaniem łatwym i trudnym jest poprawność dominującej reakcji w odpowiedzi na bodźce tworzące zadanie. W modelu Barona istotą jest liczba znaczących sygnałów (bodźców) koniecznych do uwzględnienia podczas rozwiązywania zadania. Prawie wszystkie dotychczasowe badania potwierdzają w jednakowym stopniu oba modele teoretyczne, bowiem wykorzystywane w nich zadania łatwe w pierwszym sensie (poprawna reakcja dominująca) były także łatwe i w drugim sensie (niewielka liczba sygnałów istotnych). Podobnie nakładało się dwojakie rozumienie zadań trudnych. Istnieją jednak zadania, gdzie dominująca reakcja jest niepoprawna, choć wymagają one uwzględnienia bardzo nielicznych (tylko dwóch) sygnałów. Przykładem jest tzw. zadanie Stroopa, w którym badani proszeni są o jak najszybsze nazwanie koloru, jakim wydrukowane są pokazywane im słowa lub znaki. Jeżeli pokazywane badanym słowo CZERWONY wydrukowane jest zielonym tuszem, to identyfikacja zieleni zajmuje więcej czasu niż przy ekspozycji wydrukowanych na zielono znaków kontrolnych, jak ++++++. Gdy treść słowa odnosi się do czerwieni, opóźnia rozpoznanie zielonego koloru, jakim to słowo jest wydrukowane. Ten klasyczny efekt interferencji Stroopa był przedmiotem dosłownie setek badań (MacLeod, 1991), ponieważ pokazuje sposób, w jaki zautomatyzowane i nieintencjonalne procesy poznawcze (czytanie słów i przetwarzanie ich treści) mogą utrudniać procesy intencjonalne i kontrolowane (nazywanie kolorów). W zadaniu Stroopa reakcją dominującą stanowi niewątpliwie przetwarzanie treści słowa; dowodem jest efekt interferencji, czyli spadek szybkości identyfikacji koloru pod wpływem treści słowa oznaczającego inny kolor. Jednak jest to reakcja niepoprawna, bowiem zadanie badanych polega na identyfikacji koloru, a nie treści słowa. Z punktu widzenia teorii Zajonca jest to zadanie trudne - obecność innych powinna więc obniżyć sprawność działania. Natomiast z punktu widzenia teorii Barona to zadanie łatwe (wymaga uwzględnienia tylko dwóch sygnałów, z których jeden - znaczenie słowa - jest nieistotny), a zatem obecność innych powinna podwyższać sprawność działania, jako że ograniczenie pola uwagi prowadzi do ignoracji

wania sygnału nieistotnego. Seria eleganckich badań Pascala Hugueta i współpracowników (1999) przekonuje, iż obecność innych powoduje w zadaniu Stroopa wzrost poziomu wykonania, czyli ułatwia badanym ignorowanie treści słów (spadek efektu interferencji). Wyniki te zgodne są z modelem uwagi, choć trudno je wyjaśnić w kategoriach pobudzenia.

Wyjaśnienie efektów facylitacji-hamowania w kategoriach popędowego modelu Zajonca jest powszechnie przyjmowane. Jednakże niewiele danych dowodzi zakładanej przez ten model roli pobudzenia. Np. w cytowanej metaanalizie Bonda i Titus (1983) nie udało się stwierdzić mierzonego wskaźnikami fizjologicznymi (jak potliwość dłoni czy tempo akcji serca) wzrostu pobudzenia pod wpływem obecności innych w zadaniach łatwych, choć stwierdzono go w zadaniach trudnych. Gdyby model Zajonca był w pełni trafny, wzrost pobudzenia w obecności innych powinien się pojawiać niezależnie od poziomu trudności zadania. Natomiast wiele badań dowodzi zakładanej przez Zajonca roli trudności zadania, choć możliwe, że ostatecznym jej wyjaśnieniem są raczej mechanizmy uwagi niż wzbudzania popędu.

11.2.2. Próżniactwo społeczne

Nieco bardziej złożona od samej obecności innych jest sytuacja wspólnego działania. Prawdopodobnie pierwsze badanie na ten temat wykonał francuski inżynier rolny nazwiskiem Ringelmann w roku 1920 (por. Kravitz, Martin, 1986). Prosił robotników, aby ciągnęli linę z maksymalną siłą, na jaką ich stać i stwierdził, że w zespołach trzyosobowych wkładali w to zadanie 85% wysiłku (przyjmując za 100% poziom wykonania w pojedynkę), zaś w zespołach ośmioosobowych - zaledwie 49%. Im więcej ludzi równocześnie wykonuje jakąś pracę, tym gorszy rezultat uzyskują w porównaniu z tym, co wynikałoby z dodawania ich rezultatów uzyskiwanych indywidualnie. Ten efekt próżniactwa społecznego (efekt Ringelmann) dotyczy kolektywnie uzyskiwanych wyników w zadaniach tak różnych, jak ciągnięcie liny, krzyczenie i klaskanie, a nawet wymyślanie nowych zastosowań dla różnych obiektów, czyli „burza mózgów” (por. tab. 11.2). Metaanaliza licznych badań (Karau, Williams, 1993) wykazała, że efekt próżniactwa społecznego jest bardzo rzetelny (powtarzalny z badania na badanie) i silny, szczególnie w warunkach, w których jest teoretycznie przewidywany.

W bardzo wpływowej analizie zadaniowego funkcjonowania grupy Steiner (1972) wskazał, że spadek rezultatów osiąganych w warunkach działania razem z innymi może wynikać albo ze spadku motywacji działających jednostek, albo ze strat spowodowanych niedoskonałą koordynacją ich wysiłków (kiedy np. jedna osoba odpoczywa, gdy druga ciągnie linę). Choć Steiner preferował wyjaśnienie w kategoriach strat koordynacyjnych, wiele badań przekonuje, że efekt próżniactwa wynika głównie ze spadku indywidualnej motywacji. Na przykład próżniactwo występuje także wtedy, gdy badani są

Tabela 11.2. Efekt próżniactwa społecznego: spadek poziomu wykonania różnych zadań pod wpływem wzrostu liczby działających razem osób (w odsetkach poziomu osiąganego przy działaniach w pojedynkę)

Rodzaj zadania (źródło)	Liczba osób działających razem							
	1	2	3	4	5	6	7	8
ciągnięcie liny (Ringelmann) (cyt. za: Kravitz i in., 1986)	100		85					49
ciągnięcie liny (Ingham i in., 1974)	100	91	82			78		
krzyczenie i klaskanie (Łatane i in., 1979)	100	71		51		40		
burza mózgów (Harkins, 1987)	100	84						

tylko przekonani, że działają razem z innymi, choć w rzeczywistości działają w pojedynkę (np. z zawiązanymi oczami - Ingham i in., 1974), a więc nie może być mowy o stratach koordynacyjnych.

Efekt próżniactwa w dużym stopniu zainspirował Bibba Łatane do sformułowania teorii wpływu społecznego (por. *KONCEPCJA 11*). Jeżeli potraktować eksperymentatora proszącego badanych o wydatkowanie wysiłku jako źródło wpływu społecznego, to efekt próżniactwa można wyjaśnić twierdzeniem tej teorii, że wpływ jest tym słabszy, im większa jest liczba osób, na które on się rozkłada. Jednakże teoria oddziaływań społecznych nie precyzuje, na mocy jakich procesów psychicznych oddziaływania te dochodzą do skutku, pozostawia więc tu pewien niedosyt intelektualny.

Najbardziej zadowalającym wyjaśnieniem próżniactwa wydaje się model kolektywnego wysiłku, który zaproponowali Steven Karau i Kipling Williams (1993). Według tego modelu, wielkość motywacji do podejmowania wysiłków przez składające się na kolektyw jednostki zależy od trzech czynników: (1) przekonania, że wzrost własnego wysiłku pociąga za sobą wzrost poziomu wykonania całej grupy; (2) przekonania o instrumentalności poziomu wykonania, czyli o tym, że wzrost poziomu wykonania grupy jest instrumentem powiększania jej zysków oraz (3) przekonania o wielkości własnych korzyści, w tym oczekiwania jednostek, że zyski całej grupy przekładają się na ich własne zyski. Tutaj zyski jednostki obejmują nie tylko dobra materialne zdobyte przez grupę, ale także dobra psychiczne, głównie w postaci wzrostu samooceny wynikającego z akceptacji innych oraz z nabywania pozytywnej tożsamości społecznej dzięki identyfikacji z cenioną grupą. U podłoża modelu leży założenie, że jednostka dąży do maksymalizacji własnych oczekiwanych zysków, zaś działanie w grupie stwarza co prawda okazję pojawienia się nowych dóbr (aprobata społeczna), ale może też na różne sposoby obniżać wymienione trzy przekonania. Na przykład jednostka może się czuć „zagubiona w tłumie” i łatwa do zastąpienia przez

innych, a wskutek tego sądzić, że jej wysiłek słabo przekłada się na poziom wykonania całej grupy. Albo może uważać, że wzrost liczebności grupy prowadzi do spadku dóbr, jakie przypadną jej w udziale, nawet gdyby grupa odniosła sukces (a więc spadek przekonania o własnych korzyściach).

Model kolektywnego wysiłku nie jest szczególnie precyzyjny, ale dość dobrze pasuje do wyników rozległej metaanalizy przeprowadzonej przez autorów. Jak wskazuje tabela 11.3, analiza ta ujawniła dużą liczbę modyfikatorów efektu próżniactwa, a więc czynników decydujących o jego spadku lub zaniku. (Ponieważ próżniactwo traktowane jest jako swoista choroba społeczna, wszystkie badania nad tym problemem dotyczyły czynników hamujących, a nie nasilających to zjawisko.) Choć efekt próżniactwa niewątpliwie istnieje, łatwo także zanika, w szczególności w warunkach sprzyjających dużej spójności grupowej i silnej identyfikacji jednostki z grupą. Ludzie przestają próżnować, kiedy grupa i/lub wykonywane przez nią zadania są ważne, kiedy grupa jest oceniana jako całość, kiedy składa się z kobiet lub osób z kultur dalekowschodnich (zorientowanych kolektywistycznie, a więc wyżej sobie ceniących wyniki grupowe niż indywidualistycznie zorientowani mężczyźni i osoby z kultur zachodnich). Czynnikiem najsilniej modyfikującym efekt próżniactwa jest możliwość identyfikacji indywidualnego wkładu jednostki we wspólny wynik grupy. Wiele badań przekonuje, że sama możliwość zidentyfikowania wkładu jednostki, czy to przez innych, czy to przez nią samą, zwykle wystarcza do zaniku próżniactwa, jeżeli tylko istnieje jakiś jasno określony standard, do którego wkład ten może zostać przyrównany (Harkins, Szymanski, 1987). Wskazuje to, że świadomość własnego próżniactwa jest dla ludzi nieprzyjemna, podobnie jak i świadomość, że inni o próżnowaniu się dowiedzą. Co więcej, w pewnych warunkach efekt próżniactwa ulega odwróceniu - podczas działania razem z innymi są osiągane wyższe wyniki niż w pojedynkę, co Karau i Williams nazywają efektem kompensacji społecznej, efekt kompensacji występuje, kiedy działająca razem grupa jest spójna, a jej członkowie spodziewają się po partnerach niskiego poziomu wykonania.

Niezależnie od licznych modyfikatorów próżniactwa, omawiana metaanaliza sugeruje też brak pewnych efektów, których skądinąd można byłoby się spodziewać. Przede wszystkim okazało się, że nie ma znaczenia, czy schemat badania opiera się na porównaniach interindywidualnych (kiedy różne grupy osób działają w pojedynkę lub razem z innymi), czy intraindywidualnych (kiedy te same osoby raz działają w pojedynkę, a raz wspólnie z innymi). Gdyby próżniactwo było prostym efektem przesunięcia motywacji z działań grupowych na indywidualne, należałoby oczywiście oczekiwać jego większej siły przy porównaniach intraindywidualnych. Wbrew klasycznym założeniom Steinera (1972), który zakładał kluczową rolę struktury zadania, efekt próżniactwa nie rośnie przy zadaniach addytywnych (gdzie wkłady poszczególnych uczestników się sumują), ani nie rośnie przy zada-

Tabela 11.3. Najważniejsze czynniki modyfikujące efekt próżniactwa społecznego (EPS), czyli spadek poziomu wykonania pod wpływem działania razem z innymi

Czynnik	Jak działa	Dlaczego działa
identyfikowalność wkładu jednostki	EPS zanika, jeżeli można zidentyfikować indywidualny wkład jednostki. Pozostaje umiarkowany, jeżeli indywidualnego wkładu nie można zidentyfikować.	Jednostka unika odrzucenia społecznego, a dąży do uzyskiwania pozytywnych informacji o sobie.
ważność zadania	EPS zanika przy silnie angażujących zadaniach, jest umiarkowany przy zadaniach średnio angażujących oraz jest silny przy zadaniach słabo angażujących.	Przy zadaniach ważnych (interesujących, związanych z ja) nie następuje efekt rozproszenia odpowiedzialności.
ważność grupy	EPS zanika, jeżeli grupa jest bardzo ważna, jest umiarkowany w grupach średnio ważnych, jest silny w grupach nieważnych.	Jeżeli jednostka identyfikuje się z grupą, to ceni sobie wyniki nie tylko własne, lecz także grupowe.
grupa jest oceniana jako całość	EPS zanika, jeżeli grupa jest oceniana jako całość; pozostaje umiarkowany, jeżeli grupa nie jest oceniana.	Jeżeli jednostka identyfikuje się z grupą, to ceni sobie wyniki nie tylko własne, lecz także i grupowe.
oczekiwany poziom wykonania innych	EPS zanika przy przekonaniu, że inni członkowie grupy osiągną niski poziom wykonania; pozostaje umiarkowany przy oczekiwaniu średniego bądź wysokiego poziomu wykonania innych.	Jednostka kompensuje niedostatki innych wzmaganie własnego wysiłku, szczególnie w wypadku ważnych zadań; wówczas pojawia się znaczny zysk motywacyjny, czyli odwrotność EPS.
niepowtarzalność wkładu jednostki	EPS zanika przy przekonaniu, że własny wkład jest niepowtarzalny; pozostaje umiarkowany, gdy jednostka sądzi, że jej wkład może zostać zastąpiony wkładem innych.	Jeżeli działania jednostki może wykonać ktoś inny, spada spostrzegana przez jednostkę instrumentalność tych działań, a w konsekwencji i motywacja do wysiłku.
wielkość grupy	EPS rośnie wraz ze wzrostem liczebności grupy wykonującej zadanie (tylko w grupach złożonych z mężczyzn).	Różne wyjaśnienia.
pleć	EPS słabnie (ale pozostaje istotny) w grupach złożonych z samych kobiet, jest istotnie wyższy w grupach mieszanych, a najwyższy w grupach złożonych z samych mężczyzn.	Mężczyźni są zorientowani bardziej indywidualistycznie rywalizacyjnie od kobiet zorientowanych na kolektyw i współpracę.

c.d. tab. 11.3

kultura	EPS słabnie (ale pozostaje istotny) w grupach azjatyckich; pozostaje umiarkowany w grupach ze społeczeństw Zachodu.	Kultury Zachodu są zorientowane bardziej indywidualistycznie, kultury Wschodu są zorientowane bardziej kolektywistycznie.
złożoność zadania	EPS zanika przy zadaniach złożonych; pozostaje silny przy zadaniach prostych.	Obecność innych (stanowiących źródło wpływu) nasila pobudzenie, a w konsekwencji poziom wykonania zadań prostych.

Uwaga: ta sama metaanaliza wykazała, że na wielkość EPS nie wpływał: (a) rodzaj wysiłku wymaganego od badanych (fizyczny, percepcyjny, umysłowy); (b) optymalizujący-maksymalizujący charakter zadania; (c) addytywny - kompensacyjny rodzaj zadania oraz (d) intra - bądź interindywidualny charakter planu eksperymentalnego. *Źródło:* na podstawie metaanalizy Karau i Williams (1993).

niach maksymalizacyjnych (gdzie o wysokości wyniku decyduje wielkość wysiłku, w przeciwieństwie do zadań optymalizacyjnych, gdzie idzie o to, by robić nie dużo, lecz dobrze). Faktem jednak jest, że efekt próżniactwa występuje tylko w zadaniach prostych, a zanika przy złożonych.

Aż jedna czwarta spośród 78 badań analizowanych przez Karaua i Williamsa (1993) dotyczyła generowania twórczych lub przynajmniej licznych rozwiązań sytuacji problemowych, jak znajdowanie nowych zastosowań dla cegły, albo przewidywanie, co by było, gdyby ludzie mieli dwa dodatkowe kciuki. Procedura generowania pomysłów razem z innymi jest nazywana *burzą mózgów* i zalecana jako technika nasilająca twórczość, choć sami badacze twórczości odnoszą się do niej dość sceptycznie (Nęcka, 2001). Warunkiem jej skuteczności jest rozdział tworzenia pomysłów od oceny ich jakości - zawieszenie krytyki cudzych i własnych pomysłów, nastawienie na tworzenie pomysłów licznych i nawet nieprawdopodobnych, zachęcanie do kombinowania i polepszania pomysłów. W takiej atmosferze pojawić się może swoista reakcja łańcuchowa - uczestnicy sesji mogą nawzajem inspirować się do oryginalnych pomysłów dzięki aktywizowaniu nietypowych skojarzeń. Jednakże badania analizowane przez Karaua i Williamsa nie tylko przeczą skuteczności burzy mózgów, ale w znacznej większości dowodzą wręcz, że grupy tworzą mniej pomysłów niż poszczególne osoby działające w pojedynkę, a identyczne wnioski przyniosły i inne metaanalizy (np. Mullen, Johnson, Salas, 1991). Jest to dość zaskakujący wynik, w świetle zarówno powszechnego zalecania burzy mózgów, jak i przekonujących przesłanek teoretycznych pozwalających oczekiwać nasilenia twórczości wskutek stymulacji intelektualnej przez ekspozycję na

cudze pomysły. Ich wysłuchiwanie może bowiem aktywizować pojęcia na tyle odległe od idei stanowiącej istotę rozważanego problemu, że nigdy nie zostałyby zaktualizowane i wykorzystane bez zewnętrznej stymulacji dostarczanej przez innych uczestników burzy mózgów.

Rozwiązanie zagadki, dlaczego burza mózgów zmniejsza liczbę twórczych pomysłów, choć powinna ją zwiększać, tkwi w licznych czynnikach, które w normalnej sytuacji grupowej hamują produktywność jednostek (Stroebe, Diehl, 1994). Takim czynnikiem jest występujący mimo instrukcji lęk przed cudzą oceną własnych pomysłów oraz spadek indywidualnej motywacji przy nieidentyfikowalnym wkładzie jednostki we wspólny wynik (czyli podstawowy mechanizm próżniactwa społecznego). Ponadto różni członkowie grupy nie mogą mówić równocześnie, a oczekiwanie na własną wypowiedź sprzyja zapomnieniu lub odrzucaniu własnych pomysłów. Trudno też jest równocześnie przetwarzać dane o cudzych pomysłach i generować własne - konieczność wysłuchiwanie cudzych pomysłów może więc hamować ich tworzenie. A także odwrotnie - konieczność myślenia o własnych pomysłach hamuje wysłuchiwanie cudzych i uleganie ich dobroczynnemu wpływowi. Wskazuje na to efekt *na następne go w koleje* - spadek uwagi przykładanej do cudzej wypowiedzi i gorsze zapamiętywanie jej treści przez osoby, które same bezpośrednio po niej mają się wypowiadać (Bond, 1985). Przygotowywanie własnej wypowiedzi pochłania część zasobów umysłowych, uniemożliwiając poświęcenie pełnej uwagi wypowiedziom innych. Badania empiryczne dowodzą, że dopiero skupienie uwagi na cudzych wypowiedziach (przez instrukcję zapowiadającą sprawdzanie stopnia ich zapamiętania) daje przyrost liczby grupowo produkowanych pomysłów i to tym bardziej, im więcej cudzych pomysłów jednostki wysłuchują podczas sesji (Dugosh i in., 2000). Burza mózgów okazuje się więc skuteczna, jeżeli zablokować działanie czynników hamujących możliwość wykorzystania cudzych pomysłów. Jednak najczęściej takie czynniki stanowią normalny element procesów grupowych i w związku z tym większość grupowych sesji burzy mózgów jest mniej skuteczna od działania w pojedynkę.

Dlaczego mimo tego tak powszechne jest przekonanie o skuteczności burzy mózgów? Po pierwsze, sami uczestnicy takich sesji ulegają złudzeniu wzrostu produktywności - choć grupy produkują mniej pomysłów niż osoby działające w pojedynkę, uczestnicy tych pierwszych bardziej są przekonani o własnej produktywności (Paulus, Dzindolet, 1993). Zapewne wskutek pochlebnych dla siebie porównań społecznych: ponieważ większość uczestników grupy tworzy niewiele pomysłów, większość widzi, że jest albo lepsza, albo przynajmniej bliższa przeciętnej, natomiast osoby działające w pojedynkę nie mają możliwości dostarczenia sobie takiej pochlebnej informacji. Ponadto, posiadanie złej techniki (nasilania twórczości) jest lepsze od nieposiadania żadnej, a grupowe doświadczanie przeżyć jest dla ludzi po prostu cenniejsze i subiektywnie bardziej znaczące od wielu doświadczeń indywidualnych. Dotyczy to

nie tylko burzy mózgów, ale i innych doświadczeń grupowych, jak treningi interpersonalne, komunikacyjne czy negocjacyjne. Uczestnicy takich przedsięwzięć są z reguły przekonani o ich dobroczynnych skutkach, choć obiektywnych dowodów na rzeczywisty przyrost umiejętności zwykle brak.

Ogólnie rzecz biorąc, efekt próżniactwa społecznego - dotyczący także grupowej burzy mózgów - jest rodzajem choroby społecznej, choć znamy też skuteczne na nią lekarstwa. Aby uniknąć próżniactwa należy tak zorganizować sytuację, aby można było zidentyfikować indywidualny wkład każdej z działających osób. Nie zawsze jest to możliwe, ale na szczęście mamy jeszcze jedną grupę lekarstw, w postaci nasilania identyfikacji jednostki z grupą - przez zwiększanie ważności wykonywanych zadań i przekonania ludzi o niepowtarzalności ich wkładu, albo przez podwyższanie atrakcyjności grupy dla jednostki, co przynosi wzrost spójności grupy.

11.2.3. Skład grupy i struktura zadania

O skuteczności działań grupowych decyduje oczywiście także jej skład. Po pierwsze, ważna jest sama liczebność grupy - dobrze wiadomo, że wraz ze wzrostem grupy spada skuteczność jej działań, czyli poziom wykonania w porównaniu z działaniem podobnych osób w pojedynkę (metaanaliza - Mullen, Johnson, Drake, 1987). Im liczniejsza grupa, tym słabsza jej spójność i przestrzeganie norm grupowych, a tym większa szansa próżniactwa społecznego. Po drugie, liczy się rodzaj osób wchodzących w skład grupy. Często umiejętności i zdolności dodają się do siebie - np. sukces grupy w rozwiązywaniu trudnego zadania intelektualnego jest tym bardziej prawdopodobny, im więcej grupa zawiera osób ujawniających wysokie wyniki przy działaniu w pojedynkę (Laughlin, 1978). Obok takich efektów addytywności stwierdza się czasami efekty interakcyjne, kiedy pewne kombinacje zdolności członków grupy skutkują szczególnie wysokim lub szczególnie niskim poziomem wykonania. Na przykład Tziner i Eden (1985) badali skuteczność trzyosobowych załóg czołgu dobranych w taki sposób, by reprezentowane były wszystkie możliwe kombinacje zdolności ich członków - wszyscy trzej cechowali się niskimi zdolnościami, dwaj niskimi, a jeden wysokimi itd. Po dwóch miesiącach ćwiczeń załogi były oceniane przez przełożonych. Skuteczność załogi okazała się tym wyższa, im więcej zawierała ona uzdolnionych członków (efekt addytywności). Jednakże załogi składające się z samych uzdolnionych żołnierzy wypadały znacznie lepiej niż to wynikałoby ze zsumowania oczekiwanych wyników indywidualnych, zaś załogi składające się z samych nieuzdolnionych wypadały znacznie poniżej oczekiwań (efekt interakcji).

Problem czy lepiej funkcjonują grupy jednorodne, czy niejednorodne pod względem zdolności można rozwiązać, uwzględniając jedynie strukturę stojących przed grupą zadań. Steiner (1972) przekonuje, iż niejednorodność

uzdolnień sprzyja skuteczności grupy w zadaniach dysjunktywnych, czyli takich, gdzie wynik całej grupy jest wyznaczony poziomem wykonania najlepszego z członków. Przykładem jest grupowe odpowiadanie na test wiadomości - aby grupa dobrze wypadła w takim zadaniu wystarczy, że poprawną odpowiedź na każde z pytań zna tylko jeden jej członek, a im bardziej niejednorodna jest grupa, tym większa szansa, że znajdzie się w niej ktoś, kto zna poprawną odpowiedź. Inaczej będzie w zadaniach koniunktywnych, gdzie wynik całej grupy jest wyznaczony poziomem najgorszego z członków. Przykładem jest grupowe zdobywanie szczytu - aby grupa dobrze wypadła, wszyscy jej uczestnicy muszą szybko się wspinać, a do przegranej z inną grupą wystarczy jeden zły zawodnik. Oczywiście, im bardziej niejednorodna jest grupa, tym większa szansa, że znajdzie się w niej taki zły zawodnik. Obok zadań dysjunktywnych i koniunktywnych, Steiner wyróżnił także zadania addytywne, kompensacyjne i dyskrecjonalne, jak ilustruje tabela 11.4. W każdym z tych zadań inaczej wygląda reguła przekształcania indywidualnego wkładu członków w ogólny wynik grupy.

Tabela 11.4. Klasyfikacja zadań na podstawie reguł przekształcania indywidualnego wkładu członków w ogólny wynik grupy

Typ zadania	Reguła	Przykład
addytywne	wyniki indywidualne są dodawane do siebie	przeciąganie liny, wiosłowanie, biegi sztafetowe, aplauz na sali
dysjunktywne	wynikiem grupy jest wybrany (najlepszy) wynik indywidualny	grupowe odpowiadanie na test wiadomości
koniunktywne	wynik grupy równy jest najgorszemu wynikowi indywidualnemu	wspinaczka w grupie
kompensacyjne	wynik grupy powstaje z uśrednienia wyników indywidualnych	współzawodnictwo drużynowe w niektórych sportach; uśrednianie ocen członków grupy
dyskrecjonalne	grupa sama decyduje o regule kombinowania indywidualnych wkładów w wynik grupowy	rodzina decyduje, co kto robi przy obiedzie

Źródło: na podstawie koncepcji Steinera (1972).

11.2.4. Decyzje grupowe

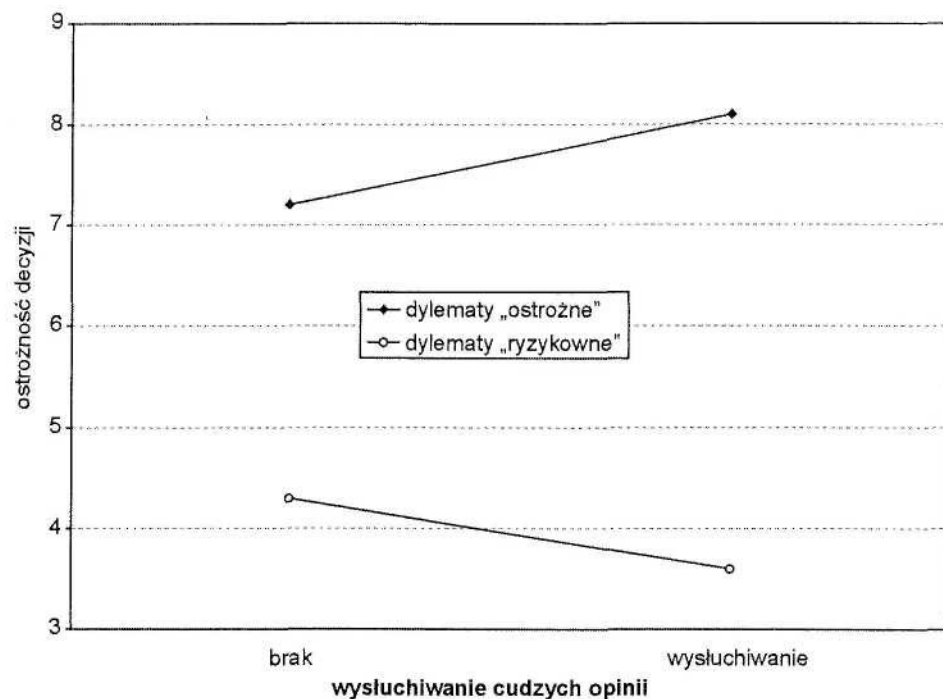
Szczególnym przypadkiem realizacji zadań wspólnie z innymi jest grupowe podejmowanie decyzji. Przed laty James Stoner (1968) zaobserwował, że grupy podejmują decyzje bardziej ryzykowne od pojedynczych osób, co nazwano „ryzykownym przesunięciem”. Z powodu jego wyraźnej sprzeczności z potocznym przekonaniem, że „co dwie głowy to niejedna”, zjawisko to wzbudziło tak wielkie zainteresowanie psychologów, iż w ciągu pierw-

szych 10 lat po jego odkryciu sformułowano ponad 10 różnych wyjaśnień zjawiska i przystąpiono do ich empirycznego sprawdzania. Badania te ujawniły, że grupy formułują decyzje nie tyle bardziej ryzykowne niż jednostki, ile bardziej krańcowe, co nazwano polaryzacją grupową (czyli „uskrajnieniem”).

Zjawisko polaryzacji ilustrują przedstawione na rysunku 11.4 wyniki badań, których uczestnicy podejmowali decyzje za bohaterów przedstawionych im historyjek. Dylematy dobrano w taki sposób, że albo skłaniały do ostrożności (np. czy w celu szybkiego wzbogacenia się bohater mógłby sprzedać swą polisę ubezpieczeniową na życie, a pieniędzmi zagrać na giełdzie), albo do ryzyka (np. aby zrobić karierę literacką, bohater mógłby porzucić dotychczasową pracę zarobkową i żyjąc z oszczędności poświęcić się pisaniu przyszłego bestsellera). Jak pokazuje rysunek 11.4, badani wysłuchujący cudzych argumentów podejmowali decyzje bardziej krańcowe - ostrożniejsze przy dylematach skłaniających do ostrożności, bardziej ryzykanckie przy dylematach zachęcających do ryzyka.

Ogólnie rzecz biorąc, zjawisko polaryzacji grupowej polega więc na zajmowaniu przez grupę stanowiska bardziej skrajnego od stanowiska

Rysunek 11.4. Polaryzacja grupowa



Po wysłuchaniu cudzych argumentów decyzje jednostek stają się bardziej krańcowe - ostrożniejsze przy dylematach skłaniających do ostrożności, a mniej ostrożne, przy dylematach skłaniających do ryzyka.

Źródło: Myers (1978).

jednostek, co przejawia się na trzy sposoby: (1) grupy podejmują bardziej krańcowe decyzje niż ich indywidualni członkowie działający w samotności; (2) poglądy indywidualnych członków grupy stają się bardziej krańcowe po dyskusji z innymi (pod warunkiem, że opinie wszystkich już na wstępie są podobne); (3) rywalizacja grupowa jest silniejsza niż rywalizacja indywidualna, np. wojny gangów prowadzą do większej liczby zabójstw niż indywidualne porachunki gangsterów.

Innym rezultatem intensywnych badań nad odkryciem Stonera była eliminacja znacznej większości jego wyjaśnień jako nietrafnych. Odrzucono wyjaśnienie w kategoriach rozpraszania odpowiedzialności między różnych członków grupy (które tłumaczy wzrost ryzykanctwa, ale nie tłumaczy wzrostu ostrożności), a także wyjaśnienie w kategoriach rosnącego zaangażowania w pozycję zajmowaną podczas dyskusji grupowej (wyniki z rysunku 11.4 pokazują, że wystarcza samo wysłuchiwanie argumentów bez dyskusji). Współcześnie na placu boju zostały dwa główne wyjaśnienia polaryzacji grupowej: koncepcja argumentacji perswazyjnej i porównania społeczne. Koncepcja argumentacji perswazyjnej upatruje powody polaryzacji w uzyskiwaniu przez jednostki od innych stałego wsparcia dla poglądu początkowego i nowych, przekonujących argumentów na jego rzecz. Członkowie grupy nawzajem siebie przekonują do słuszności wyznawanych poglądów, co zapoczątkowuje swoisty efekt kuli śnieżnej w popieraniu poglądu początkowo przeważającego, nawet jeżeli jego wstępna przewaga była niewielka (Burnstein, 1982). Dowodem na rzecz tej koncepcji jest silny związek między formułowaną po dyskusji decyzją i liczbą argumentów za i przeciw wyborowi, jakie w dyskusji padły i jakie jej uczestnicy są sobie w stanie przypomnieć.

Z kolei koncepcja porównań społecznych upatruje powody polaryzacji w porównaniach, jakich między sobą dokonują członkowie grupy (Sanders, Baron, 1977). Ludzie na wstępie zakładają, że ich opinie są słuszne i słuszniejsze od cudzych, co jest jednym z licznych przejawów dobrego mniemania o sobie (por. rozdz. 4.2.1). W trakcie dyskusji odkrywają, że inni mają poglądy bardziej skrajne (słuszniejsze), więc uskrajniają własne opinie w pogoni za tym, by sobie i innym wydać się osobą o słusznych poglądach. Kiedy zwolennik umiarkowanych ograniczeń sprzedaży polskiej ziemi obcokrajowcom (chce, aby zezwolić na sprzedaż ziemi po 3 latach od przystąpienia do UE) odnajdzie we własnej grupie zwolennika skrajnego poglądu, by cudzoziemcom w ogóle nie zezwolić na zakup jakiejkolwiek ziemi, odkrywa, że ktoś inny jest jeszcze bardziej „patriotyczny” od niego. Zmienia więc swoje poglądy na bardziej skrajne (lepiej) - po dyskusji uważa, że należy zezwolić na sprzedaż ziemi jedynie dla celów nierolniczych.

Głównym dowodem na rzecz tej koncepcji są efekty samej ekspozycji na cudze stanowisko bez informacji o jakichkolwiek argumentach, które by za tym stanowiskiem przemawiały. Np. w jednym z badań uczestnicy dokony-

wali 20 rozgrywek pewnej gry losowej, obstawiając wysokość zakładów (Blascovich, Ginsburg, Veach, 1975). W drugiej fazie następowało 20 kolejnych zakładów w warunkach albo działania samotnego (kontrolna powtórka fazy pierwszej), albo dyskutowania w grupie i wspólnego formułowania wysokości zakładów, albo jedynie otrzymywania informacji o wysokości zakładów innych bez wysłuchiwanie ich argumentacji. W obu warunkach grupowych wystąpił ryzykancki wzrost wysokości zakładów (w przeciwieństwie do warunków kontrolnych) i był on niemalże tak samo silny przy dyskusji grupowej, jak i przy samej tylko informacji o cudzych zakładach. Wyniki te można interpretować jako przejaw ulegania przez jednostki wyłaniającej się normie grupowej (w tym przypadku normie ryzykanctwa), do czego znajomość argumentów nie jest potrzebna - wystarczy sama znajomość stanowisk zajmowanych przez pozostałych członków grupy.

Zjawiska polaryzacji grupowej dowodzą w sumie setki badań, a oba jego wyjaśnienia zyskały sobie dobre poparcie empiryczne w świetle metaanaliz (Isenberg, 1986). Przy tym oddziaływanie argumentacji perswazyjnej jest wyraźnie silniejszym wyznacznikiem polaryzacji niż same porównania społeczne, choć w warunkach rzeczywistych oba te czynniki działają z reguły łącznie.

Czasami grupy podejmują zaskakująco złe decyzje, nawet gdy składają się z wybitnych ekspertów w dziedzinie, których one dotyczą. Przykładem jest decyzja dyrekcji NASA o wystrzeleniu promu kosmicznego Challenger, który eksplodował - w chwilę po starcie (choć inżynierowie ostrzegali przed możliwymi usterkami technicznymi), decyzja sowieckiego politbiura o rosyjskiej inwazji na Afganistan, której klęska walenie przyczyniła się do załamania imperium (choć niedawno inne imperium, amerykańskie, poniosło upokarzającą klęskę w nieco podobnej wojnie wietnamskiej), czy decyzja amerykańskiego rządu o inwazji na Kubę (tzw. fiasko w Zatoce Świń, które niemal doprowadziło do wybuchu III wojny światowej w początku lat 60. XX wieku). Analizując tego rodzaju katastrofalne decyzje, Irving Janis (1982) zidentyfikował *syndrom myślenia grupowego*, którego istotą jest podejmowanie błędnych decyzji przez zespół wskutek tego, że wewnętrzna dynamika grupowa (głównie motywacja do utrzymania spójności) przeważa nad motywacją do podjęcia decyzji merytorycznie zasadnych. Warunki sprzyjające pojawianiu się tego syndromu to silna spójność grupy, jej izolacja od szerszego otoczenia, brak systematycznie stosowanych procedur poszukiwania i oceny rozwiązań, dyrektywny przywódca (silny i szanowany przez grupę), silny stres w połączeniu z brakiem nadziei na inne rozwiązanie, lepsze od rozważanego. Nietrudno zauważyć, że są to warunki często towarzyszące podejmowaniu kluczowych decyzji politycznych czy biznesowych, przez niewielkie grupki wybranych osób, działających zwykle poza bezpośrednią kontrolą szerszego otoczenia społecznego i na podstawie tajnych, tylko sobie dostępnych danych. Decyzje takie nierzadko mają wpływ na losy

milionów ludzi, więc proces ich podejmowania z pewnością wart jest analizy ze względów nie tylko poznawczych.

Główne symptomy (objawy) syndromu myślenia grupowego, to: złudzenie bezpieczeństwa własnej grupy i nadmierny optymizm („nic się nie wyda”); przekonanie o moralnej wyższości własnej grupy (tamci są dzikusami, albo twórcami „imperium zła”); angażowanie się grupy w kolektywne racjonalizacje (wyjaśnienia i usprawiedliwienia) podejmowanych działań oraz w stereotypizację oponentów (tamci są wszyscy tacy sami, jednoznacznie źli itd.). Wreszcie w grupie pojawia się silny nacisk na dysydentów, aby dołączyli w swych opiniach do reszty i nie zachowywali się jak zdrajcy, co prowadzi do autocenzury i złudzenia jedności. Taka dynamika stosunków wewnątrzgrupowych ma szereg niepożądanych konsekwencji dla jakości procesu decyzyjnego, powodując: niekompletny przegląd alternatywnych rozwiązań, niekompletny przegląd własnych celów, brak rozważań nad ryzykiem, jakie niesie preferowane rozwiązanie, tendencyjne poszukiwanie i ocena informacji oraz zaniechanie formułowania alternatywnych planów awaryjnych.

Analizy Janisa zyskały sobie ogromną popularność, docierając do wszystkich podręczników psychologii społecznej, a nawet publicystyki. Jednak cała koncepcja syndromu myślenia grupowego opiera się na analizie przypadków (szczególnie decyzji politycznych w rodzaju wymienionych na wstępie - Janis, 1982; Tetlock i in., 1992), która jest metodą raczej tworzenia niż sprawdzania hipotez. Wiarygodna weryfikacja hipotez wymagałaby badań korelacyjnych lub eksperymentalnych nad różnymi wyznacznikami, elementami i konsekwencjami syndromu. Jednak takich systematycznych badań po prostu dotąd nie przeprowadzono (Aldag, Fuller, 1993), choć nieliczne eksperymenty wskazują, że kluczową rolę w pojawianiu się błędnych decyzji grupowych odgrywa połączenie wysokiej spójności grupy z zagrożeniem samooceny jej członków i ich dążeniem do utrzymania pozytywnej tożsamości społecznej (Turner i in., 1992). Koncepcja syndromu myślenia grupowego pozostaje więc zbiorem interesujących, choć niewystarczająco zweryfikowanych hipotez. Jednak nie ulega wątpliwości, że grupy narażone są na wiele prawidłowości obniżających jakość podejmowanych przez nie decyzji, jak opisana poprzednio tendencyjna komunikacja informacji podzielanych.

11.3. PRZYWÓDZTWO I WŁADZA

Rozdział ten rozpoczęła opowieść o Janie Kowalskim zakładającym z przyjaciółmi restaurację. Rozrost tego przedsięwzięcia i konieczność specjalizacji zadecydowały o postępującym różnicowaniu ról i statusu poszczególnych członków grupy. Istotnym rodzajem zróżnicowania pojawiającym się w wielu grupach, w szczególności sformalizowanych, jest hierarchia władzy. Władza jednostki to jej zdolność do wywierania wpływu na innych minus zdolność

ZŻYCIA 11.b Punktowość, przedziałowość i przystosowanie do zmian systemowych w Polsce

Grupy i jednostki są skuteczne, gdy udaje im się zrealizować wybrany cel. Jak jednak ludzie wybierają sam cel? Seria badań Grażyny Wieczorkowskiej (1998) przekonuje, że są tu możliwe dwie strategie. Strategia punktowa polega na tym, że już na wstępie odrzucamy liczne możliwości i budujemy wąską kategorię celów - np. wybierając pracę po ukończeniu studiów psychologicznych, Ewa poszukuje jedynie zatrudnienia w szpitalu w charakterze neuropsychologa, zatem już na wstępie

Tabela 11.5. Podstawowe różnice między strategią punktową i przedziałową

Strategia punktowa	Strategia przedziałowa
tworzenie wąskich kategorii celu przez wstępne odrzucanie wielu możliwości	tworzenie szerokich kategorii celu przez wstępną akceptację wielu możliwości
za równoważne uznawane są dokładnie takie same cele	za równoważne uznawane są cele tylko w przybliżeniu do siebie podobne
staranne planowanie, przygotowywanie, zwracanie uwagi na szczegóły	brak planowania i czynności przygotowawczych, pomijanie szczegółów
orientacja zachowania na osiągnięcie specyficznego celu	orientacja zachowania na utrzymanie ogólnego kierunku działania
cele są realizowane po kolei, podjęcie nowego celu poprzedzają wytrwałe próby realizacji poprzedniego	różne cele realizowane są równocześnie, a nowe cele są podejmowane nawet bez osiągnięcia poprzednich
zablokowanie realizacji celu wywołuje opór przed jego zmianą	zablokowanie celu powoduje jego wymianę na inny
przyjemność sprawia poczucie dokończenia konkretnego zadania	przyjemność sprawia poczucie poruszania się w pożądanym kierunku

Źródło: Wieczorkowska, Burnstein (2000).

odrzuca wszystkie oferty pozamedyczne. Strategia przedziałowa polega na tym, że na wstępie akceptujemy szeroki zakres możliwości, spośród których ostatecznie wybieramy cel - np. Anna wybierając pracę, rozważa zajęcie neuropsychologa, ale także psychologa szkolnego i specjalisty do zarządzania personelem. Choć ta sama osoba może w różnych sytuacjach stosować różne strategie, badania Wieczorkowskiej pokazują, że skłonność do przedziałowości w jednej dziedzinie (wybieranie pracy) koreluje z takimi samymi upodobaniami w innych dziedzinach (wybieranie dywanu do swojego pokoju), czyli że niektóre osoby mają ogólną skłonność do strategii przedziałowych, inne zaś do punktowych.

Najważniejsze różnice między tymi dwoma strategiami postępowania podsumowuje tabela 11.5. Istotą strategii punktowej jest dokładne precyzowanie celu, niechęć do zastępowania wybranego celu innym (chyba że jest bardzo podobny), silna frustracja w przypadku zablokowania realizacji wybranego celu, dokładne planowanie i przywiązywanie uwagi do szczegółów traktowanych jako ważne. Cele realizowane są sekwencyjnie (po kolei), a przyjemność sprawia poczucie dokończenia konkretnego zadania. Inaczej w przypadku strategii przedziałowej - tutaj cel jest zdefiniowany szeroko, w związku z czym zbędne jest dokładne planowanie i zwracanie uwagi na szczegóły (które są ważne z punktu widzenia jednej możliwości, ale nieważne z punktu widzenia innych również możliwości do zaakceptowania), w przypadku zablokowania

jednego celu człowiek przerzuca się na realizację innego, równoważnego, różne cele realizowane są równolegle, zaś przyjemność czerpana jest z poczucia, że posuwamy się w ogólnie pożądanym kierunku.

Strategie przedziałowe są szczególnie skuteczne w środowiskach ubogich w trudne do znalezienia zasoby (gdzie musimy zadowolić się czymkolwiek, co przypomina cel), podczas gdy strategie punktowe - w środowiskach obfitych w zasoby umieszczone w dobrze znanych miejscach (gdzie możemy sobie pozwolić na poszukiwanie dokładnie tego, o co nam chodzi). Takim środowiskiem bogatym w dobrze umiejscowione zasoby jest współczesna Polska gospodarki rynkowej - jeżeli wymarzyliśmy sobie na obiad cielęcinę w cieście, wystarczy pójść do jednego sklepu, gdzie sprzedają ten rodzaj mięsa, do drugiego gdzie sprzedają mąkę i sprawa załatwiona. Jednakże w Polsce socjalistycznej, sprzed przełomu 1989 roku, sprawy miały się zgoła inaczej - gdyby ktoś wymarzył sobie cielęcinę w cieście, musiałby bardzo się naczekać, zanim ją „rzucą” do rzeźnika (rzucili akurat tylko boczek), a nawet ze znalezieniem mąki byłyby kłopoty (w sklepie jest tylko makaron). Krótko mówiąc, osoba o tak wąsko zdefiniowanym obiedzie mogłaby go nie doczekać. Inaczej osoba o szeroko zdefiniowanym obiedzie (cokolwiek, byle smacznie i dużo) - taka mogła kupić boczek i makaron i przyrządzić coś na podobieństwo spaghetti (gdy znalazła jeszcze pomidora) lub zapiekanki (gdy znalazła ser). Nie dziwi zatem, że badania prowadzone na dużych próbach ogólnopolskich pokazały, że w socjalizmie (w 1987 roku) bardziej zadowoleni z życia byli Polacy o skłonności do strategii przedziałowych (a nie punktowych), natomiast w gospodarce rynkowej (w 1995 roku) bardziej zadowoleni z życia byli punktowcy niż przedziałowcy (Wieczorkowska, Burnstein, 1999).

Warunkiem dostępu do konsumpcji jest jednak w gospodarce rynkowej praca, która w tym środowisku jest zasobem trudnym do znalezienia, szczególnie dla punktowców, bowiem precyzja ich oczekiwań sprawia, że mniejszy zakres zajęć jest w stanie zaspokoić te oczekiwania. Badania nad bezrobotnymi pokazały, że punktowcy znacznie dłużej pozostają bez pracy (średnio 11,8 miesiąca) niż przedziałowcy (średnio 6 miesięcy) (Wieczorkowska, 1998). Co ciekawe, amerykańskie badania nad skutecznością programów interwencyjnych przeciwdziałających bezrobociu wskazują, że bezrobotni, których nakłaniano do rozważania szerokiego zakresu możliwych zajęć zarobkowych (a więc trenowano w stosowaniu strategii przedziałowej) szybciej znajdowali pracę, niż osoby nie poddane temu oddziaływaniu (Caplan i in., 1989). Wygląda więc na to, że poszukując pracy w gospodarce rynkowej większą mamy szansę powodzenia przy strategii przedziałowej: tworząc szeroki zakres możliwych do przyjęcia ofert łatwiej znajdziemy taką, która nas zadowoli. Na precyzyjne przyjemności punktowca możemy sobie pozwolić dopiero przy konsumpcji. Pod warunkiem, że już mamy pracę.

owych innych do wywierania wpływu na jednostkę. Deficyjną cechą władzy jest więc asymetria wpływu - władza człowieka jest tym większa, im bardziej jego potencjalna możliwość wywierania wpływu na pozostałych członków grupy przekracza ich możliwość wywierania wpływu na niego. Osoba o największej władzy w grupie to oczywiście jej przywódca - formalny lub nieformalny.

11.3.1. Wylanianie przywódcy

Kto i kiedy zostaje przywódcą? Z punktu widzenia struktury grupy, przywództwo jest tylko jedną z pozycji w grupie, która może zostać zajęta przez różnych jej członków. Co sprawia, że pozycję przywódcy zajmuje ta,

a nie inna osoba? Na pytanie to odpowiadano w psychologii społecznej na dwa sposoby - po pierwsze, że pozycję przywódcy osiąągają osoby o szczególnych cechach („urodzeni przywódcy” - teoria wielkiego człowieka), po drugie, że pozycję tę osiąągają osoby zachowujące się w pewien potrzebny grupie sposób (teoria behawioralna).

Teoria wielkiego człowieka cieszyła się dużym wzięciem do lat 50. XX wieku, kiedy to ukazały się dwa przeglądy badań nad związkiem pomiędzy cechami osobowości a zajmowaniem pozycji lidera i skutecznością funkcjonowania w tej roli (Mann, 1959; Stogdill, 1948). Oba te przeglądy autorzy kończyli konkluzją, że związek cech osobowości z zajmowaniem kierowniczej pozycji jest niekonsekwentny (czasami się pojawia, czasami nie) i ogólnie rzecz biorąc - słaby. Konkluzje te zostały powszechnie przyjęte i przez kolejne trzy dekady przeważał pogląd, że cechy osobowości w żaden, bądź jedynie słaby sposób przyczyniają się do osiągnięcia roli lidera i jej skutecznego pełnienia. Wniosek ten opierał się jednak na stosunkowo niewielkiej liczbie badań, zanalizowanych niezbyt poprawnie z punktu widzenia bardziej współczesnych rygorów metodologicznych i przy użyciu wskaźnika (tzw. medialnej korelacji) zaniżającego siłę badanych związków. Lord, De Vader i Alliger (1986) ponownie dokonali analizy wyników uwzględnianych przez Manna, stosując tym razem systematyczne metody metaanalizy ilościowej (por. rozdz. 12.2) i stwierdzili, że niesystematyczność związku cech osobowości z zajmowaniem pozycji lidera można w dużym stopniu przypisać czynnikom metodologicznym, że już w samych badaniach uwzględnianych przez Manna, związki te były umiarkowane (pierwsza kolumna „prawdziwe r” z tabeli 11.6). Wreszcie autorzy ci wykonali łączną metaanalizę badań uwzględnianych przez Manna i późniejszych stwierdzając, że z obejmowaniem przywództwa dość silnie koreluje inteligencja, a wyraźnie - męskość (aktywność, sprawczość i inne cechy wiązane ze stereotypem męskości), ekstrawersja i dobre przystosowanie, czyli brak objawów zaburzeń zachowania. Ilustruje to ostatnia kolumna tabeli 11.6.

Tabela 11.6. Oszacowania siły związku pomiędzy cechami osobowości a zajmowaniem pozycji lidera w przeglądach Manna (1959) oraz Lorda i in., (1986)

	Mann (1959)		Lord i in., (1986)	
	Medialne r	prawdziwe r	średnie r	prawdziwe r
inteligencja	0,25	0,52	0,37	0,50
męskość	0,15	0,34	0,24	0,34
ekstrawersja	0,15	0,15	0,19	0,26
przystosowanie	0,15	0,21	0,17	0,24
dominacja	0,20	0,17	0,10	0,13

Uwaga: prawdziwe r=średnia korelacja uwzględniająca poprawkę na różne błędy, jak nietrzetelność pomiaru i na ograniczenie zakresu zmienności wyników.

Związek niektórych cech osobowości z zajmowaniem przywódczej pozycji nie ulega więc wątpliwości - poza cechami wymienionymi w tab. 11.6, przywódcy mają też tendencję do większej towarzyskości, empatii i równoważenia emocjonalnego, a także są bardziej ambitni i skłonni do przejmowania odpowiedzialności za bieg wydarzeń (Hogan, Curphy, Hogan, 1994). O związku osobowości z przywództwem świadczą zresztą i inne dane - np. to, że ludzie zajmujący pozycję lidera w jednej grupie i sytuacji wykazują tendencję do zajmowania tejże pozycji również w innych grupach i sytuacjach. Wykazali to Zaccaro, Foti i Kenny (1991) w badaniu, którego uczestnicy pracowali w trzysobowych grupach nad czterema zadaniami, z których każde wymagało innych umiejętności kierowniczych (inicjowanie struktury, umiejętność przekonywania, „uważanie” na współpracowników i nacisk na produktywność). Na zakończenie każdego zadania uczestnicy nawzajem oceniali się pod względem stopnia, w jakim pełnili funkcję kierownika podczas jego rozwiązywania. Choć każdy badany wykonywał każde z zadań w grupie o innym składzie, okazało się, że pełnienie funkcji kierowniczych w jednym zadaniu pozwalało skutecznie przewidywać wyłanianie się danej osoby jako kierownika także i w trakcie rozwiązywania innych zadań, z innymi współpracownikami.

Rozpowszechniony (choć nie do końca uzasadniony, jak się okazało) sceptycyzm wobec teorii cech przyczynił się do rozwoju behawioralnych teorii przywództwa zakładających, że pozycję kierowniczą zajmują osoby zachowujące się w sposób użyteczny dla grupy, przede wszystkim przyczyniające się do zrealizowania przez nią założonych celów. Przykładem myślenia behawioralnego jest teoria stanów oczekiwanych (por. Wilke, van Knippenberg, 1996) przyjmująca, że u podstaw wykrytego przez Balesa i Slatera (1955) wyłaniania się różnic statusu w kooperacyjnej grupie zadaniowej leżą oczekiwania jej członków. Koncepcja ta zakłada, że działająca grupa: (1) ma nadzieję na osiągnięcie celu; (2) oczekuje, że niektórzy z jej uczestników bardziej się do tego przyczynią niż inni; (3) identyfikuje tych uczestników; (4) częściej do nich się zwraca i zachęca do podejmowania inicjatywy oraz (5) częściej podporządkowuje się ich inicjatywom. Badania empiryczne przekonują, że osoby, w których grupa pokłada największe nadzieje, to przede wszystkim jednostki obdarzone specyficznymi zdolnościami i umiejętnościami ważnymi z uwagi na rodzaj zadania. Jeżeli podczas zjazdu absolwentów liceum organizowany jest mecz absolwenci kontra nauczyciele, to kapitanem drużyny pedagogów zostanie zapewne nauczyciel wychowania fizycznego, zaś kapitanem drużyny przeciwników absolwent, który ukończył AWF. Wyższe oczekiwania adresowane są także do osób częściej obecnych w grupie, silniej zorientowanych na interes grupy (a nie tylko własny), asertywne, a także obdarzane wyższym statusem poza grupą (Wilke, van Knippenberg, 1996). Dużą szansę na zostanie kapitanem drużyny byłych uczniów ma więc także organizator zjazdu absolwentów, a drużyny nauczycieli - dyrektor szkoły.

Behawioralne teorie przywództwa zadają dwa rodzaje pytań. Po pierwsze, kiedy przywódca staje się grupie potrzebny, czyli kiedy grupa wyłania lidera. Po drugie, jaki sposób zachowania przyczynia się do zajęcia tej pozycji oraz jakie są faktyczne zachowania lidera.

Odpowiedź na pierwsze z tych pytań nasuwa już nasz przykład Jana Kowalskiego, zakładającego restaurację. Istotnie, wiele badań (por. (Wilke, van Knippenberg, 1996) przekonuje, że szansa wyłonienia lidera rośnie, gdy: (1) rośnie wielkość grupy; (2) warunki zmieniają się w taki sposób, że osiągnięcie celu grupy wymaga kooperacji i koordynacji, wskutek samego wzrostu rozmiaru zadania lub konieczności specjalizacji; (3) pojawia się współzależność społeczna, czyli że indywidualne zyski członków grupy zależą od zachowania grupy i pozostałych jej członków (nawet najlepszy kelner niewiele zdziała przy marnym kucharzu); (4) pojawia się nierównomierność zysków poszczególnych członków grupy, a więc konieczność ustalania i egzekwowania zasad podziału zysków; (5) pojawia się zewnętrzne zagrożenie dla realizacji celów grupy lub jej istnienia (w starożytnej republice rzymskiej na czas poważnych wojen obronnych wybierano dyktatora obdarzonego jednoosobową władzą); (6) grupa ma dostęp do jednostki dysponującej doświadczeniem w roli przywódcy. Odpowiedzi na drugie z tych pytań dostarczają natomiast liczne badania nad stylami kierowania.

11.3.2. Style kierowania

Wspomniane na wstępie rozdziału badania Balesa nad przebiegiem interakcji w małych grupach zadaniowych (3-6 osób) pokazały wyłanianie w grupie specjalistów zorientowanych na realizację zadania i na relacje panujące wewnątrz grupy. Choć zwykle role te pełnione są przez różne osoby, czasami pełni je ta sama osoba, szczególnie, gdy grupa jest silnie skoncentrowana na zadaniu, a tarcia i konflikty między jej członkami są niewielkie (ibidem). Są to więc raczej style zachowania, niż wykluczające się role.

Podobne style zachowania kierowników zidentyfikowali także inni autorzy, choć używali innych metod (np. analizując korelacje między różnymi ocenami zachowań przełożonego wydawanymi przez jego podwładnych). Różni autorzy różnie te style nazywali, jak ilustruje tabela 11.7. Choć ich koncepcje nie w pełni się pokrywają, można tu mówić o różnych wariantach stylu I (dyrektywnego, zorientowanego na działalność zadaniową i produktywność grupy) i różnych wariantach stylu II (relacyjnego, zorientowanego na stosunki panujące w grupie, zachęcającego podwładnych do partycypacji w decyzjach i władzy). Owi autorzy zgodnie przyznają, że styl I pierwszy jest bardziej wyrazisty w zachowaniach kierownika (np. w analizach czynnikowych jawi się jako pierwszy, najsilniejszy czynnik) i stale w nich obecny, podczas gdy styl II silniej się ujawnia w ocenach pracowników (szczególnie

Tabela 11.7. Różne ujęcia empiryczne dwóch podstawowych stylów kierowania

Autor/metoda	Warianty stylu I	Warianty stylu II
Bales, Slater (1955) obserwacja interakcji w małej grupie zadaniowej	orientacja na zadanie inicjowanie zadań i zarządzanie ich realizacją	orientacja na stosunki społeczne inicjowanie i podtrzymywanie pozytywnych relacji społecznych
Halpin, Winer (1957) analiza czynnikowa opisów zachowań lidera (oceny podwładnych)	inicjowanie struktury definiowanie celów i struktury grupy, organizowanie i nadzorowanie aktywności	„uważanie” na podwładnych serdeczność, otwartość, okazywanie zaufania, uzasadnianie decyzji
Likert (1967) analiza czynnikowa opisów zachowań lidera (oceny podwładnych)	orientacja na produktywność zarządzanie aktywnością zadaniową	orientacja na pracownika zarządzanie kontaktami społeczno-emocjonalnymi
Fiedler (1964) oceny pracowników dokonywane przez lidera	autokratyczny styl kierowania negatywne spostrzeganie NPW (najmniej pożądanego współpracownika)	demokratyczny styl kierowania pozytywne spostrzeganie NPW (najmniej pożądanego współpracownika)

w opisach idealnego przełożonego), a słabiej w rzeczywistych zachowaniach kierowników zapisywanych przez wytrenowanych obserwatorów.

Najciekawszą, a na pewno najprostszą metodę pomiaru stylu kierowania stworzył Fred Fiedler (1964), który wykorzystał tu oceny nie podwładnych (jak się zwykle czyni), lecz samych przełożonych. Są oni proszeni o przypomnienie sobie najbardziej i najmniej pożądanego współpracownika oraz ich ocenę. Duże podobieństwo między tymi dwoma ocenami oznacza, że przełożony ocenia dość pozytywnie nawet najmniej pożądanego współpracownika, czyli nawet w najgorszym pracowniku jest w stanie dostrzec pozytywne cechy (natomiast najbardziej pożądanym współpracownikiem są z reguły wysoko oceniani przez wszystkich przełożonych). Małe podobieństwo tych ocen oznacza silnie negatywne oceny najgorszego współpracownika. Wiele danych potwierdza tezę Fiedlera, że liderów formułujących stosunkowo wysokie oceny najmniej pożądanego współpracownika cechuje *d e m o k r a t y c z n y*, „uwzględniający innych” styl kierowania, czyli ugodowość, orientacja na relacje społeczne, i skłonność do zasięgania opinii podwładnych. Natomiast niskie oceny najmniej pożądanego współpracownika oznaczają skłonność lidera do *s t y l u a u t o k r a t y c z n e g o* - koncentracji na zadaniu i produktywności w połączeniu z dyrektywnością, czyli tendencją do narzucania podwładnym własnej opinii (Rice, 1978).

Badając te dwa style przywództwa, Fiedler (1964; 1978) stworzył *z a l e ż - n o ś c i o w y* model przywództwa, który zakłada, że skuteczność

demokratycznego lub autokratycznego stylu przywództwa zależy od tego, jak dalece sytuacja sprzyja liderowi, od stopnia w jakim kontroluje on sytuację. Przy tym stopień kontroli lidera nad sytuacją zależy przede wszystkim od relacji lidera z podwładnymi, a więc od stopnia, w jakim grupa akceptuje lidera, lubi go, szanuje i pozostaje lojalna. Po drugie, od struktury zadania - kontrola lidera rośnie gdy cele grupy są jasno określone, prowadzi do nich niewiele dróg i istnieje niewiele akceptowalnych rozwiązań, a poprawność decyzji można łatwo sprawdzić (przykładem dobrze ustrukturuwanego zadania są działania plutonu obrony przeciwlotniczej, przykładem słabo ustrukturuwanego zadania jest seminarium magisterskie czy doktorskie). Po trzecie, zależy od władzy lidera wyznaczanej wielkością nagród i sankcji, którymi on dysponuje oraz jego pozycją w zewnętrznej hierarchii władzy. Fiedler założył i wykazał badając produktywność różnego rodzaju zespołów działających w różnych warunkach, że:

- 1) styl zorientowany na zadanie (autokratyczny) jest skuteczny w warunkach bardzo sprzyjających (lider może sobie na wiele pozwolić z oparciem w akceptującej go grupie i wysokiej pozycji w hierarchii władzy, w zadaniach o jasnej strukturze) oraz w warunkach bardzo niesprzyjających (inaczej nastąpiłby rozpad grupy);
- 2) styl zorientowany na relacje społeczne (demokratyczny) jest skuteczny w warunkach umiarkowanie sprzyjających lub umiarkowanie niesprzyjających liderowi.

Trafności tych hipotez dowodzą liczne badania zarówno samego Fiedlera, jak i innych autorów (metaanaliza - Strube, Garcia, 1981). Jednakże już wczesne badania, szczególnie prowadzone metodą obserwacji rzeczywistych zachowań lidera, pokazały, że obok orientacji na zadanie lub utrzymywanie dobrych relacji społecznych, liderzy ujawniają także wiązkę zachowań, których główną funkcją zdaje się być podkreślanie własnej kierowniczej roli. Z badań tych wyrosło pojęcie lidera charyzmatycznego, czy też transformacyjnego. Lider taki głosi przesłanie wskazujące na potrzebę zmian (organizacji, społeczeństwa), przedstawia dalekosiężną, zwykle emocjonującą wizję nowego, lepszego porządku, budzi nadzieje na jej realizację i wielkie zaufanie w ludziach, którym przewodzi. Lider charyzmatyczny ma przyciągający uwagę styl i osobowość, cechuje się dużymi umiejętnościami społecznymi, jak zindywidualizowane traktowanie ludzi, trafne odczytywanie znaczenia cudzych reakcji i sprawne manipulowanie wrażeniem wywieranym na innych. Wiele badań dowodzi, że obdarzeni charyzmą liderzy transformacyjni, jacy zdarzają się zarówno w polityce, jak i w organizacjach, potrafią wzbudzać entuzjazm podwładnych i nasilać ich produktywność w porównaniu z grupami kierowanymi na inne sposoby (Bass, Avolio, 1993; Howell, Frost, 1989). Charyzma bywa jednak nietrwała, czego najlepszym przykładem jest Lech Wałęsa, niesłychanie popularny przywódca Polski z lat przełomu ustrojowego, demokratycznie wybrany prezydent, a w kilka lat potem wielki przegrany w kolejnych wyborach prezydenckich, w których uzyskał mniej niż 1% głosów.

11.3.3. Podstawy władzy

Władzę zdefiniowaliśmy tu jako większą zdolność osoby A do wpływania na osobę B, niż na odwrót (wpływanie B na A). Dlaczego jedna osoba może mieć większą zdolność do wywierania wpływu na innych niż odwrotnie? Ogólnie rzecz biorąc, w kontaktach społecznych liczą się przede wszystkim prestiż i formalna pozycja w hierarchii władzy, a także umiejętności społeczne osoby wywierającej wpływ, czyli skłonność i zdolność do stosowania różnych „miękkich” technik wpływu społecznego (opisywanych w rozdz. 7). W kontekście organizacji i grup zadaniowych wskazuje się natomiast na pięć głównych podstaw władzy zaproponowanych przez Frencha i Ravena (1959). Po pewnym ujednoliceniu ich definicji (przez Hinkina, Schriesheima, 1989) pięć zasadniczych podstaw władzy przełożonego w organizacji przedstawia się następująco:

- 1) **Przymus** - zdolność do wywoływania niepożądanych przez podwładnych stanów rzeczy lub pozbawiania ich stanów pożądanых (mierzona przekonaniem podwładnych, że przełożony jest w stanie utrudnić im pracę, przydzielać gorsze zajęcia czy obrzydzić życie w miejscu pracy).
- 2) **N a g r a d z a n i e** - zdolność do wywoływania stanów pożądanых przez podwładnych lub uwolnienia ich od stanów niepożądanych (mierzona przekonaniem podwładnych, że przełożony jest w stanie wpływać na wysokość ich zarobków, dodatków i awanse).
- 3) **P r a w o m o c n o ś ć** - zdolność do wywoływania u podwładnego po czucia obligacji i odpowiedzialności, opiera się na normach wyznawanych przez podwładnego (mierzona przekonaniem podwładnych, że przełożony jest w stanie wzbudzić w nich poczucie obowiązku i skłonić do uznania słuszności stawianych im wymagań).
- 4) **F a c h o w o ś ć** - zdolność do wywoływania w podwładnych przekonania, że przełożony jest ekspertem, wie lepiej, posiada wiedzę i umiejętności im niedostępne (mierzona przekonaniem podwładnych, że przełożony jest w stanie merytorycznie im pomóc w wykonywaniu zadań).
- 5) **Akceptowanie** - zdolność do wywoływania w podwładnych poczucia, że są akceptowani i doceniani przez przełożonego (mierzona przekonaniem podwładnych, że przełożony jest w stanie sprawić, by mogli się poczuć, że się liczą, są doceniani, akceptowani, lubiani i chwaleni za swą pracę).

Choć koncepcja Frencha i Ravena jest bardzo często cytowana, dopiero w końcu lat 80. powstał dobry kwestionariusz mierzący podstawy władzy przełożonego na podstawie ocen dokonywanych przez jego podwładnych (ibidem), a kwestionariusz ten został też z powodzeniem zaadoptowany do warunków polskich (Wojciszke, Szynekiewicz, 2002). Tabela 11.8 przedstawia

sumarycznie dobre i złe strony każdej z pięciu podstaw władzy w świetle badań wykonanych tym kwestionariuszem oraz oryginalnych rozważań Frencha i Ravena.

Tabela 11.8. Dobre i złe strony pięciu podstaw władzy według Frencha i Ravena (1959) i w świetle badań empirycznych

Podstawa władzy	Zalety/korzyści	Wady/straty
przymus	• łatwość stosowania • podnosi poczucie wartości przełożonego • nie wymaga od przełożonego kompetencji ani fachowych, ani społecznych	• nieprzyjemna dla podwładnych, obniża ich poczucie kontroli i wartości • wymaga stałego nadzoru nad podwładnymi • przeciwdziała wykształceniu wewnętrznych mechanizmów kontroli • mało odporna na zmiany sytuacji • obniża produktywność, satysfakcję pracownika i jego identyfikację z firmą zatrudnienia
nagrody	• przyjemna dla obu stron (pozytywne relacje) • podnosi poczucie wartości podwładnego • podwyższa produktywność podwładnych	• wymaga dużych zasobów i jest kosztowna • wymaga nadzoru nad podwładnymi, choć nadzór jest stosunkowo mało kosztowny • przeciwdziała wykształceniu wewnętrznych mechanizmów kontroli
prawomocność	• małe koszty z punktu widzenia przełożonego • przełożony nie musi mieć racji, musi mieć tylko prawo do wywierania wpływu • wykształca i podtrzymuje normy u podwładnych • nasila satysfakcję podwładnych i ich zaangażowanie	• wymaga podwładnych wyznających normy • podwładni muszą tu być dość jednomyślni • ograniczona tylko do pewnych dziedzin funkcjonowania podwładnego
fachowość	• wykształca i podtrzymuje normy u podwładnych • nie wymaga stałego nadzoru • nasila produktywność, satysfakcję pracowników, ich zaangażowanie i identyfikację z firmą zatrudnienia	• wymaga kompetencji przełożonego • wymaga podwładnych uznających te kompetencje • rodzi dystans między przełożonym i podwładnymi • ograniczona tylko do pewnych dziedzin funkcjonowania podwładnego
akceptacja	• przyjemna dla obu stron (pozytywne relacje) • podnosi poczucie wartości podwładnego • małe koszty z punktu widzenia przełożonego • nie wymaga stałego nadzoru i prowadzi do internalizacji	• wymaga charyzmy - podwładni muszą podziwiać i szanować przełożonego • może prowadzić do fraternizacji, co utrudnia egzekwowanie wymagań

Źródło: Carson, Carson, Roe (1991); Wojciszke, Szykiewicz (2002).

French i Raven zakładali także występowanie pewnych relacji między różnymi podstawami władzy. Uważali, że w kontekście organizacji, najważniejszą podstawą władzy jest jej prawomocność, co potwierdziła późniejsza metaanaliza badań empirycznych (Carson, Roe, 1991). Spostrzeganie przełożonego jako prawomocnego sprzyja spostrzeganiu go jako wyposażonego w cztery pozostałe podstawy władzy. Przy tym badania zarówno polskie, jak i amerykańskie wskazują, że najsilniej powiązane podstawy władzy, to fachowość i akceptacja - podwładni tym bardziej sobie cenią akceptację ze strony przełożonego, im bardziej uważają go za fachowca, bądź też odwrotnie - tym bardziej uważają go za fachowca, im wyżej cenią jego akty akceptacji. Ograniczeniem koncepcji Frencha i Ravena jest ignorowanie umiejętności społecznych przełożonego (które jednak trudno mierzyć za pomocą ocen podwładnych); jak była o tym mowa, obdarzeni tymi umiejętnościami przywódcy charyzmatyczni zdają się mieć dzięki nim swoistą „nadwyżkę” władzy w porównaniu z liderami kierującymi grupą w inny sposób.

11.4. PODSUMOWANIE

Znaczną część życia spędzamy w grupach rozumianych jako zespoły osób wchodzących w bezpośrednie interakcje, posiadających wspólny cel i identyfikację („My”) i wykształcających zwykle pewną wewnętrzną organizację. Najważniejsze mechanizmy integrujące grupę i zapewniające jej trwałość, to podzielane przez jej członków normy, spójność oraz zróżnicowanie ról, statusu i hierarchia władzy. Spójność grupy powoduje wzrost jej produktywności (szczególnie w grupach realnych), a zależy od jej liczebności, kosztów wejścia do grupy i jej opuszczenia, dotychczasowych osiągnięć grupy i zaangażowania członków w wykonanie zadań. Sposobem utrzymania spójności grup jest wzajemne wpływanie na siebie ich członków, szczególnie większości na mniejszość i odwrotnie. Wpływy te dochodzą do skutku na mocy nieco innych mechanizmów. Wpływy większości wywołują bardziej powierzchowne przetwarzanie informacji i silniejsze uleganie (konformizm zewnętrzny); wpływy mniejszości wywołują bardziej refleksyjne przetwarzanie informacji i silniejszą konwersję (rzeczywistą, choć niekoniecznie ujawnianą zmianę poglądów).

Wbrew powszechnemu pogładowi, grupy wcale nie zawsze działają skuteczniej od jednostek. Sama obecność innych powoduje wzrost skuteczności w zadaniach łatwych (facylitacja społeczna), ale spadek - w zadaniach trudnych (hamowanie społeczne), co może wynikać z mechanizmów pobudzenia emocjonalnego lub uwagi. Działając razem z innymi, ludzie często obniżają wysiłek wkładany w zadanie - tym bardziej, im więcej jest współ-wykonawców. Ten efekt próżniactwa społecznego zanika, kiedy wkład jednostek w ogólny wynik grupy pozostaje możliwy do zidentyfikowania i uważają go one za niemożliwy do zastąpienia, a także gdy uczestnictwo w grupie

i jej zadania są dla jednostek ważne. Grupy zajmują zwykle bardziej skrajne stanowisko niż to, które jej członkowie przyjęliby w pojedynkę (polaryzacja grupowa): podejmują bardziej skrajne decyzje, poglądy członków grupy stają się bardziej krańcowe po zapoznaniu się z poglądami innych, a rywalizacja grupowa jest silniejsza od indywidualnej. Kiedy wewnętrzna dynamika grupy (przede wszystkim utrzymywanie spójności) przeważa nad motywacją do podejmowania merytorycznie zasadnych decyzji, nawet bardzo kompetentne zespoły mogą podejmować katastrofalne decyzje, co nazywane jest syndromem myślenia grupowego.

Rozrost grupy i jej zadań, konieczność koordynacji, specjalizacja (spełnianie przez jednostki różnych ról, w szczególności specjalisty zadaniowego i specjalisty społeczno-emocjonalnego) i różnicowanie statusu wewnątrz grupy prowadzi do wyłaniania się przywódcy i hierarchii władzy. Przywódcami częściej zostają osoby obdarzone zdolnościami spostrzeganymi przez grupę jako przydatne do osiągnięcia wspólnego celu, inteligentne, ambitne, aktywne, obdarzone umiejętnościami społecznymi i wysokim statusem poza grupą, często obecne w grupie i skoncentrowane na jej interesach. Podstawowe style zachowań kierowniczych, to: orientacja na zadanie i produktywność, orientacja na relacje społeczne w grupie i styl charyzmatyczny (transformacyjny). Żaden z tych stylów nie jest ogólnie lepszy od pozostałych - w różnych sytuacjach różne style sprzyjają produktywności i satysfakcji członków grupy. Wyróżniającą cechą przywódców jest dysponowanie władzą rozumianą jako większa zdolność do wywierania wpływu na innych w porównaniu z wpływem, jaki inni są w stanie wywierać na przywódców. Pięć głównych podstaw władzy, to: prawomocność (najważniejsza w organizacjach), przymus, nagradzanie, fachowość i akceptowanie podwładnych przez przełożonych.

KONCEPCJA 11 Teoria wpływu społecznego

Stworzona przez Bibba Latane (1981) teoria wpływu społecznego składała się pierwotnie z dwóch twierdzeń:

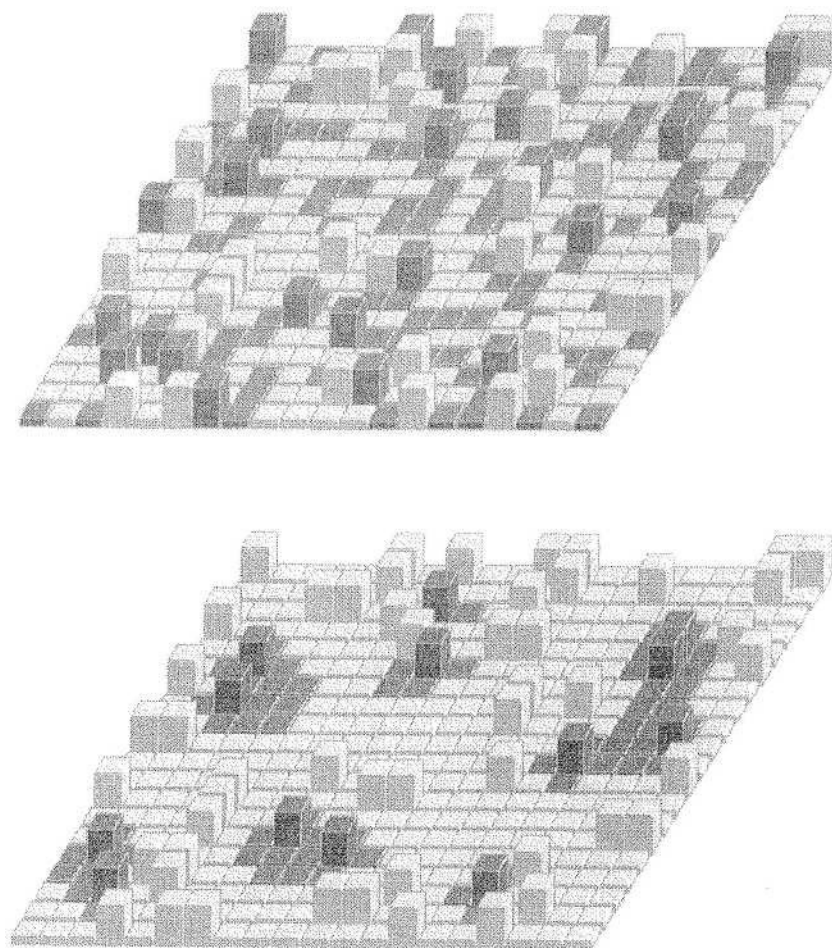
- 1) Kiedy na jednostkę wywierany jest nacisk przez innych, to siła tego nacisku (i uleganie mu) rośnie jako iloczyn trzech czynników: (a) siły osób wywierających nacisk, (b) bliskości tych osób oraz (c) liczby osób wywierających nacisk,
- 2) Kiedy jednostka jest członkiem grupy, na którą wywierany jest nacisk, to siła nacisku przypadającego na jednostkę (a więc i ulegania przez przeciętnego członka grupy) rozprasza się, czyli

spada wraz ze wzrostem: (a) siły innych członków grupy, (b) ich bliskości oraz (c) liczby innych członków grupy. Siła osoby to jakikolwiek czynnik decydujący o jej zdolności do wywierania wpływu społecznego lub przeciwstawianiu się mu - czy to będzie wiedza w kwestii, której wpływ dotyczy, czy pozycja społeczna, wiarygodność lub atrakcyjność. Na różne sposoby może też być rozumiany dystans - nie tylko jako dystans w czasie i przestrzeni fizycznej, ale także jako bliskość psychiczna, a więc odczuwana czy myślana. Najbardziej konkretna jest liczba osób, a ogólniej - źródeł lub odbiorców wpływu, przy czym związek liczby osób z siłą wpływu jest dodatni, choć nieliniowy:

początkowe przyrosty liczby osób wywierających wpływ (z jednej do dwóch, z dwóch do trzech) skutkują dużym przyrostem siły wpływu, jednak przyrosty te są coraz mniejsze w miarę powiększania się liczby osób wywierających wpływ. Założenie o iloczynowym kombinowaniu się

trzech podstawowych wyznaczników wpływu (siła, bliskość, liczba) oznacza, że żaden z nich nie może być zerowy, jeżeli wpływ ma dojść do skutku. Jednak przy ponadzerowym natężeniu każdego z nich, czynniki te mogą się wzajemnie kompensować - np. mała siła osób wy-

Rysunek 11.5. Komputerowa symulacja wzajemnych wpływów wewnątrz 400-osobowej grupy



Ciemniejsze słupki oznaczają osoby o poglądach mniejszościowych, jaśniejsze - większościowych. Wysokość słupka symbolizuje różnicę indywidualną pod względem zdolności do wywierania wpływu. Osoba zmienia pogląd (kolor słupka) gdy w bliskim sąsiedztwie jest więcej ludzi o poglądach przeciwnych niż podobnych do jej własnych, i ci pierwsi mają silniejsze poglądy. Rysunek górny obrazuje stan wyjściowy, dolny - stan końcowej równowagi, po osiągnięciu którego nie następują dalsze zmiany (nikt już nie zmienia poglądów). Źródło: Nowak (1996).

wierających wpływ może być kompenso-
wana ich dużą liczbą.

Teoria ta jest bardzo ogólna i stosuje się do wielu zjawisk już wspomnianych w tej książce, jak konformizm, próżniactwo społeczne, zjawisko obojętnego przechodnia, uleganie perswazji, a nawet natężenie lęku w sytuacji ekspozycji społecznej. Lęk społeczny w sytuacji publicznego występu powinien być tym większy, im liczniejsze jest audytorium, im bardziej składa się z ekspertów lub osób z innych powodów ważnych dla występującego oraz im mniejszy dystans dzieli widownię od występującego. Badania empiryczne nad wyznacznikami lęku w sytuacji ekspozycji społecznej pokazują trafność tych przewidywań (Łatane, Wolf, 1981).

Dotąd omówiona część teorii dotyczy jednorazowych i jednokierunkowych wpływów społecznych i w tym sensie jest teorią statyczną. Andrzej Nowak, Jacek Szamrej i Bibb Łatane (1990) nadali teorii dynamiczny charakter, rozszerzając ją na sytuację wpływów powtarzających się aż do osiągnięcia stanu równowagi i uwzględniając explicite wzajemność wpływu, co w sytuacjach grupowych oznacza, że nie tylko większość wpływa na mniejszość, ale i odwrotnie. Pozwoliło to sformułować kolejne twierdzenie teorii: 3) Jeżeli większość i mniejszość wzajemnie na siebie wpływają, a wpływy te

mają charakter powtarzalny, to pojawiają się dwa rodzaje efektów: (a) polaryzacja, czyli wzrost różnicy między liczebnością mniejszości (która spada wskutek „wyplukiwania” słabszych lub niekorzystnie położonych członków), a liczebnością większości, która rośnie; (b) grupowanie przestrzenne elementów mniejszościowych, które skupiają się w grona.

Autorzy doszli do tych twierdzeń drogą komputerowego symulowania sytuacji, w której dwie grupy „jednostek” wyznających pogląd większościowy A i pogląd mniejszościowy B wzajemnie na siebie oddziaływały aż do osiągnięcia równowagi, tzn. stanu, kiedy dalsze zmiany już nie następują. Jak pokazuje rysunek 11.5, doprowadziło to do przestrzennego skupiania się wyznawców każdego z poglądów oraz do spadku liczby wyznawców poglądu mniejszościowego, którzy jednak nie zanikają, lecz mogą przetrwać na stałe w przestrzennie skupionych gronach. Ważnymi wyznacznikami dynamiki wpływu społecznego są więc przestrzeń oraz różnice indywidualne w zdolności do wywierania wpływu na innych czy nieulegania ich wpływowi. Symulacje Nowaka przekonują, że właśnie te parametry umożliwiają mniejszościom trwanie. Symulacje te doprowadziły też autora do sformułowania oryginalnego, gronowego modelu zmian społecznych (por. Z ŻYCIA 11. a).

- status
- syndrom myślenia grupowego
- tendencyjna komunikacja informacyjnej podzieli

teoria wpływu społecznego
władza
wsparcie społeczne
zależnościowy model przywództwa

Literatura zalecana

- Marody M., Gucwa-Leśny E. (red.), (1996). *Podstawy życia społecznego w Polsce*. Warszawa: Instytut Studiów Społecznych UW.
- Scott W.E., Cummings L.L. (red.), (1983). *Zachowanie człowieka w organizacji* (przekł. B. Czerniawska, A. Jaworska, P. Kuczyński). Warszawa: Państwowe Wydawnictwo Naukowe.
- Stephan W.G., Stephan C.W. (1999). *Wywieranie wpływu przez grupy. Psychologia relacji* (przekł. M. Kacmajor). Gdańsk: Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne.

Podstawowe pojęcia

- autokratyczny styl kierowania
- burza mózgów
- efekt następnego w kolejce
- facylitacja społeczna
- grupa społeczna
- hamowanie społeczne
- interakcje społeczne
- normy grupowe
- podstawy władzy
 - akceptacja
 - fachowość

- nagradzanie

- prawomocność

- przymus

polaryzacja grupowa

pozycja społeczna

próżniactwo społeczne

przywódca

charyzmatyczny

(transformacyjny)

rola społeczna

rytuały przejścia

specjalista społeczno-emocj

onalny

specjalista zadaniowy

spójność

KOBIETY I MĘŻCZYŹNI: PSYCHICZNE ZRÓŻNICOWANIE PŁCI

Czy i w jaki sposób kobiety i mężczyźni różnią się psychiką? Czy różnice owe to tylko stereotyp czy rzeczywistość? Jeżeli rzeczywistość, to skąd się one biorą? Odpowiedzi na te pytania są wciąż od nowa udzielane w dziejach naszej kultury, a współcześnie nabrały wyraźnie ideologicznego charakteru w związku z powszechną konstatacją nierównego traktowania płci i walką o równouprawnienie kobiet. Przejawem tej ideologizacji jest zastępowanie terminu „płeć” (*sex*) terminem „rodzaj” (*gender*), który wyraża przekonanie, iż płeć jest równie umowna, jak rodzaj gramatyczny rzeczownika „książka” czy „stół”. Termin „rodzaj” już w nazwie próbuje więc orzec, skąd się biorą różnice między kobietami i mężczyznami (z arbitralnych konwencji kulturowych), co moim zdaniem powinno być rozstrzygane na drodze empirycznej. Pozostanę więc przy bardziej neutralnym ideologicznie terminie „płeć”.

12.1. STEREOTYPY PŁCI

W pewnym badaniu poproszono rodziców o opisanie swych nowo narodzonych dzieci (Rubin i in., 1974). Chłopcy częściej byli opisywani jako mocni, dziarscy, silni i obdarzeni dobrą koordynacją, zaś dziewczynki jako małe, delikatne, piękne i słabe. Ponieważ noworodki dobrano w taki sposób, by dziewczynki i chłopcy nie różnili się rozmiarami ciała, systematyczne różnice płci w sposobie ich spostrzegania wynikały z przekonań patrzącego, a nie z faktycznego zróżnicowania dziewczynek i chłopców. Wynikały więc ze stereotypów płci - przekonań o tym, jakie cechy i zachowania są charakterystyczne (a z wyjątkami i pożądanymi) dla każdej z płci.

12.1.1. Stereotyp męskości i kobiecości

Treść stereotypów płci można bez trudu zidentyfikować, analizując własne poglądy - ludzie są bowiem dość zgodni co do tego, jakie cechy są męskie, a jakie kobiece. Szeroko zakrojone badania Johna Williamsa i Deborah Best (1990) nad próbkami pochodzącymi z 30 bardzo różnych krajów wykazały

duże podobieństwo międzykulturowe stereotypów płci. Badani z wszystkich krajów zgadzali się, że mężczyźni są bardziej dominujący, niezależni, skłonni do przemocy, silniejsi i bardziej spragnieni przygód, podczas gdy kobiety są bardziej uczuciowe, uległe, zainteresowane ludźmi i przesądne. Badani z większości krajów zgadzają się co do płciowego nacechowania licznych cech wymienionych w tabeli 12.1, choć różnice między płciami są widziane raczej jako małe niż wielkie.

Tabela 12.1. Treść stereotypu męskości i kobiecości w świetle badań w 30 krajach przeprowadzonych przez Williamsa i Best (1990)

Cechy stereotypowo męskie	Cechy stereotypowo kobiece
agresywny	bez ambicji
aktywny	ciepła
arogancki	cierpliwa
autokratyczny	drażliwa
bałaganiarz	emocjonalna
głośny	gadatliwa
indywidualista	łagodna
krzepki	miła
niemiły	nerwowa
nieostrożny	niestała
odważny	nieśmiała
opanowany	o miękkim sercu
pewny siebie	ostrożna
pomysłowy	przebacząca
poszukuje przyjemności	przyjemna
poważny	rozmarzona
przedsiębiorczy	rozumiejąca
racjonalny	sentymalna
realistyczny	skłonna do narzekania
spragniony przygód	skomplikowana
stanowczy	skromna
szorstki	słaba
szttywny	strachliwa
szybki	uległa
twardy	użalająca się nad sobą
zaradny	wrażliwa
zarozumiała	wstydliva
zdolny	zależna
złośliwy	zmienna

Co do treści stereotypów męskości i kobiecości panuje więc duża zgodność poglądów, choć różni teoretycy wskazują na nieco odmienne wymiary podstawowe tego zróżnicowania: orientacja na sprawczość kontra wspólnotowość (Bakan, 1966); nastawienie na utrzymanie przewagi nad innymi kontra bliskości, wsparcia i porozumienia (Tannen, 1999); instrumentalność kontra ekspresyjność (Parsons, 1960).

Niektórzy autorzy upatrują przyczyny pojawienia się stereotypów płci w wiktoriańskiej Anglii z jej sztywnym rozdzieleniem świata mężczyzn i kobiet, konserwatyzmem i pruderyjnością (np. Brannon, 2002), jednak pogląd taki zdaje się być przejawem anglocentryzmu. Podobne do współczesnych stereotypy płci występowały znacznie wcześniej, np. pobożni Żydzi od tysięcy lat, modląc się dziękują Bogu, że nie stworzył ich kobietą, starożytni Grecy całkowicie wykluczali kobiety z procesów demokratycznych, a średniowieczni mnisi europejscy zastanawiali się, czy kobieta też jest człowiekiem. Stereotypy płci są zapewne równie odwieczne jak sama kultura, choć trudno oszacować wielkość zmiany ich treści.

12.1.2. Konsekwencje stereotypów płci

Ważność stereotypu płci wynika z ich różnorodnych i daleko sięgających konsekwencji, które z psychologicznego punktu widzenia można podzielić na dwa rodzaje, dochodzące do skutku na mocy odmiennych mechanizmów. Intrapersonalne konsekwencje stereotypu polegają zaś na tym, że kobiety i mężczyźni wykształcają odmienne pojęcia własnego ja, myślą o sobie i prezentują się innym ludziom w odmienny sposób, z czego wynikają ważne różnice w doświadczaniu świata i zachowaniu. Interpersonalne konsekwencje stereotypu polegają na tym, że kobiety i mężczyźni są odmiennie traktowani przez innych ludzi i instytucje społeczne, co również skutkuje odmiennością zachowania i losów życiowych.

Główne mechanizmy warunkujące konsekwencje intrapersonalne to wykształcanie przez kobiety i mężczyzn odmiennych tożsamości indywidualnych (Cross, Madson, 1997), co dyktuje odmienną treść procesów autoweryfikacji i autoprezentacji (Deaux, Major, 1987). Wiele danych świadczy o tym, iż w naszym kręgu cywilizacyjnym, kobiety częściej wykształcają „ja współzależne”, podczas gdy mężczyźni częściej wykształcają „ja niezależne”. Ponadto każda z płci w większym stopniu identyfikuje się z cechami psychicznymi typowymi dla płci własnej niż pozostałej. Kobiety bardziej definiują własną tożsamość przez związki łączące je z innymi ludźmi. Istotnym elementem własnego ja są dla nich inni ludzie („jestem córką Magdy”, „przyjaciółką Moniki”) oraz cechy i umiejętności sprzyjające budowaniu relacji (serdeczność, wrażliwość na innych itd.). Mężczyźni bardziej definiują swą tożsamość przez oddzielenie własnej osoby od innych, a więc jako niepowtarzalne, autonomiczne jednostki, skłonne i zdolne do samodzielnych działań (jestem inteligentny, pewny siebie, niezależny).

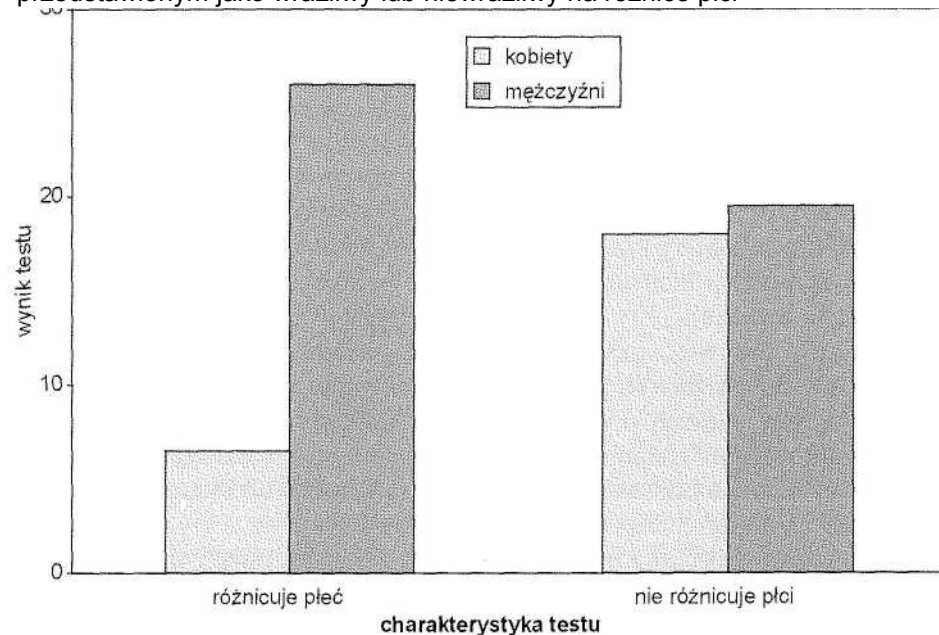
Jedną z konsekwencji odmiennych tożsamości jest zróżnicowanie autoprezentacji: kobiety częściej eksponują własne stereotypowo kobiece cechy (np. prezentują się jako bardziej empatyczne niż mężczyźni, o czym mowa dalej), podobnie mężczyźni starają się eksponować stereotypowo męskie cechy, jak kompetencja, niezależność i asertywność. Treść autoprezentacji

jest uwewnętrzniana przez człowieka, szczególnie gdy ma publiczny charakter (rozdz. 4.3.3), tak więc odmienność autoprezentacji utrwała różnice między płciami, także dlatego, iż autoprezentacje sprzeczne ze stereotypem własnej płci bywają ryzykowne. Np. w sytuacji ubiegania się o pracę kobiety stosujące strategię autopromocji są co prawda widziane jako bardziej kompetentne od kobiet dokonujących autoprezentacji skromnej, jednak te pierwsze są też mniej lubiane (jako że zachowują się sprzecznie z kobiecym stereotypem skromności), co obniża szansę ich przyjęcia do pracy (Rudman, 1998).

Inną konsekwencją odmiennych tożsamości jest zróżnicowanie treści przedstawianych przez kobiety i mężczyzn autoweryfikacji, a więc podejmowanych działań i sposobów interpretacji własnych zachowań. I zachowania, i ich interpretacje wykazują przy tym zgodność z pojmowaniem własnego ja (por. rozdz. 4.2.2). Tak więc mężczyźni częściej podejmują się np. kierowania innymi i uważają siebie za skuteczniejszych w roli przywódcy niż kobiety. Z kolei kobiety częściej podejmują np. zachowania opiekuńcze i uważają tego rodzaju własne działania za bardziej skuteczne niż mężczyźni, natomiast rzadziej wybierają studiowanie matematyki czy budownictwa, jako że uważają siebie za mniej uzdolnione w tych kierunkach.

Mniejsza skłonność do identyfikowania się z danym rodzajem działalności oczywiście zmniejsza ilość związanych z nią doświadczeń, wkładany w nią wysiłek, a w konsekwencji obniża uzyskiwane wyniki - np. w zakresie matematyki u kobiet. Stereotyp płci może jednak upośledzać funkcjonowanie człowieka także w dziedzinie, z którą się identyfikuje, w którą wkłada wiele wysiłków i ma dobrze rozwinięte umiejętności. Wykazał to Claude Steele (1997) i współpracownicy w ciekawych badaniach, w których te same trudne zadania były rozwiązywane przez matematycznie uzdolnionych studentów płci obojga w dwojakiemu rodzaju warunkach. W jednych warunkach informowano, że test ujawnia zwykłe różnice między płciami (mężczyźni wypadają w nim lepiej od kobiet), w drugich, że choć ogólnie testy matematyczne są nacechowane płciowo, ten ma charakter szczególny i nie dyskryminuje żadnej z płci. Jak pokazują wyniki z rysunku 12.1, w warunkach nienacechowania testu kobiety wypadały równie dobrze jak mężczyźni, natomiast w warunkach nacechowania wypadały znacznie gorzej. Gorsze wyniki kobiet były skutkiem ulegania groźbie stereotypu - dezorganizacji pod wpływem przekonania, że oto znalazły się w sytuacji, która może dowieść ich słabszych uzdolnień matematycznych w porównaniu z mężczyznami. Dowodzi tego nie tylko zobrażony na rysunku zanik gorszego funkcjonowania kobiet w warunkach braku płciowego nacechowania testu, ale także zanik owego gorszego funkcjonowania (w innych badaniach), gdy test był łatwiejszy, a więc kiedy nie był w stanie wykazać domniemanych ograniczeń w matematycznych zdolnościach kobiet. Groźba stereotypu pojawia się w zadaniach wystarczająco trudnych, by wykazać brak jakiejś zdolności, gdy jednostka identyfikuje się z danym rodzajem aktywności i opiera własną samoocenę na wynikach danego rodzaju.

Rysunek 12.1. Średnie wyniki mężczyzn i kobiet w trudnym teście matematycznym przedstawionym jako wrażliwy lub niewrażliwy na różnice płci



Źródło: Steele (1997).

Interpersonalne konsekwencje stereotypów płci polegają na ich wpływie na interpretację zachowań cudzych i na behawioralnym potwierdzaniu stereotypu. Stereotypy płci kształtują interpretacje zachowań jako oczekiwania powodujące asymilację, bądź jako standardy powodujące kontrast (Biernat, Kobrynowicz, 1997). Przykładem asymilacji będzie interpretacja tego samego uśmiechu jako przejawu uległości u kobiety (kobiety są uległe), bądź jako wyzywającego przejawu rywalizacji u mężczyzny (mężczyźni są nastawieni rywalizacyjnie). Przykładem kontrastu będzie interpretacja tego samego średniego wyniku w zadaniu matematycznym jako wysokiego u kobiety (kobiety są niezbyt uzdolnione matematycznie, więc jak na kobietę to dobry wynik), lecz niskiego u mężczyzny (mężczyźni są uzdolnieni, więc jak na mężczyznę to niski wynik). Behawioralne potwierdzanie stereotypu, to odmienne traktowanie mężczyzn i kobiet prowadzące do podtrzymania stereotypu płci na zasadzie samosprawdzającego się proroctwa (por. rozdz. 3.3.3). Np. mężczyzna przekonany, że kobiety są nieagresywne może być łagodniejszy w stosunku do konkretnej kobiety niż mężczyzny, co w tamtych wzbudza albo mniej, albo bardziej agresywne zachowania potwierdzające jego pierwotne hipotezy.

Interpersonalne konsekwencje stereotypu płci dochodzą więc do skutku na mocy tych samych mechanizmów, przez które uzewnętrzniają się wszelkie stereotypy (por. rozdz. 2.2.2). Jednak stereotypy płci mają także i pewne specyficzne konsekwencje wynikające z ich szczególnej treści. Barbara Fredrickson i współpracownicy (1998) wykazały, że konsekwencją stereotypu kobiecości z jego dużym naciskiem na atrakcyjność wyglądu zewnętrznego jest „samouprzedmiotowienie” u kobiet polegające na utożsamieniu swego ja (i jego oceny) z wyglądem fizycznym i na traktowaniu siebie jako obiektów pożądania widzianych z perspektywy osoby trzeciej. Badaczki te wykazały, że przymierzanie kostiumu kąpielowego wywołuje u kobiet wstyd z powodu własnego ciała, co skutkuje spadkiem ilości zjadanego jedzenia, a także... obniżeniem wyników w zadaniach matematycznych, prawdopodobnie wskutek pochłonięcia zasobów umysłowych rozmyślaniami o niedostatkach własnego ciała. Takich efektów nie wywołuje przymierzanie swetra, zaś u mężczyzn nie działa w ten sposób ani przymierzanie swetra, ani kąpielówek.

Nie wszystkie z postulowanych efektów stereotypu płci okazały się rzetelne, czyli powtarzalne z badania na badanie. Np. jedna z klasycznych koncepcji zakładała różnice w atrybucjach sukcesów i porażek - kobiety bardziej niż mężczyźni miałyby upatrywać przyczyny swoich sukcesów w czynnikach zewnętrznych i/lub zmiennych, natomiast odwrotnie miałyby być z porażkami. Inna koncepcja zakładała, iż kobiety doświadczają lęku przed sukcesem, ponieważ odniesienie sukcesu miałyby owocować społecznym odrzuceniem i utrudniać realizację potrzeby afiliacji, bądź też spełnianie stereotypowo kobiecych ról społecznych. Jednak wyniki badań okazały się generalnie niepochlebne dla obu tych koncepcji - kobiety i mężczyźni nie różnią się ani wzorcem atrybucji sukcesów i porażek (Hyde, Frost, 1993), ani natężeniem lęku przed sukcesem (Mednick, Thomas, 1993).

12.2. FAKTYCZNE ZRÓŻNICOWANIE PŁCI

Mówiliśmy dotąd o społecznych stereotypach dotyczących różnic płci. Jak te różnice przedstawiają się naprawdę, w świetle obiektywnych pomiarów? Ponieważ płeć jest „darmową” zmienną, już wbudowaną w badane osoby i łatwą do identyfikacji, pomiar jej efektów często bywa ubocznym rezultatem badań na różne tematy. Umożliwia to formułowanie wniosków o rzeczywistych różnicach płci na podstawie dużej liczby badań i osób badanych. Współcześnie wnioski te są formułowane za pomocą metaanalizy - ilościowej metody integrowania wyników różnych badań (Rosenthal, 1991b).

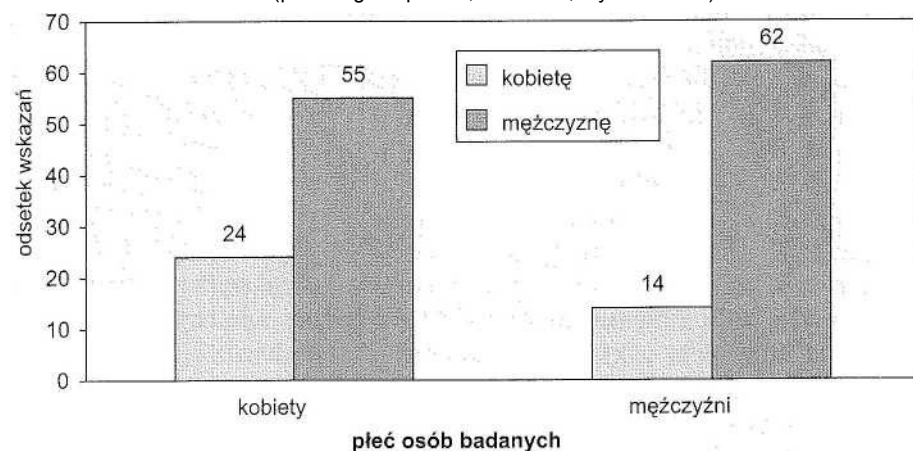
Pierwszy etap metaanalizy polega na wyszukaniu i selekcji badań, w których mierzono u obu płci zmienną stanowiącą przedmiot zainteresowania. Na przykład Janet Hyde, Elizabeth Fennema i Susan Lamon (1990)

ZŻYCIA 12.a Postawy Polaków wobec kobiety jako szefa

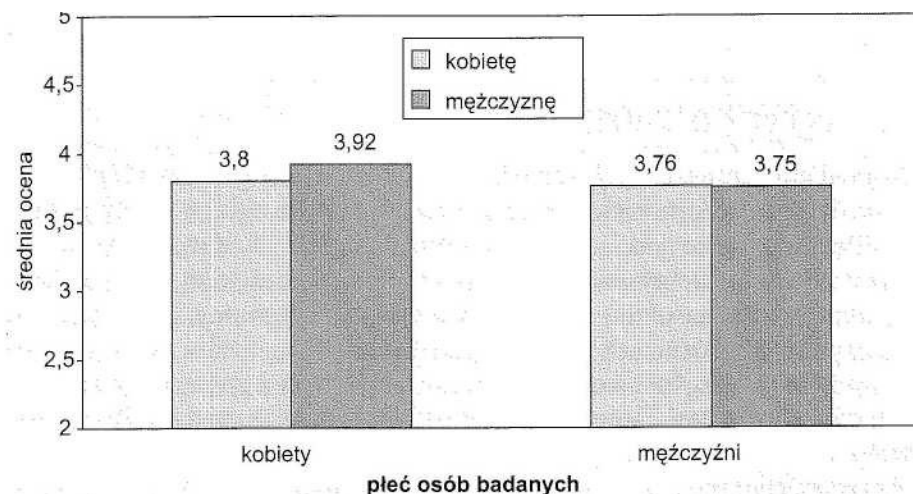
Stereotypy płci, jak wszystkie inne stereotypy, często są wynikiem nie indywidualnego doświadczenia, lecz raczej doświadczenia kulturowego i przejmowania przez jednostkę poglądów obowiązujących w danym społeczeństwie. Dobrym tego przykładem są wyniki badań przeprowadzonych na moją prośbę przez sopocką Pracownię Badań Społecznych w styczniu 2000 r. na próbie ogólnopolskiej liczącej 1021 osób. Badanych spytano, kogo woleliby mieć za bezpośredniego przełożonego - kobietę czy mężczyznę, oraz jak oceniają swego obecnego szefa. Jak pokazuje rysunek 12.2,

Rysunek 12.2. Postawy Polaków wobec kobiet i mężczyzn jako przełożonych

Kogo wolisz mieć za bezpośredniego przełożonego - kobietę czy mężczyznę?
(próba ogólnopolska, N = 1021, styczeń 2000)



Jak oceniasz swojego przełożonego (skala ocen szkolnych od 2 do 5)
(próba ogólnopolska, N = 1021, styczeń 2000)



Źródło: pytania zadane próbie ogólnopolskiej na prośbę autora przez sopocką Pracownię Badań Społecznych.

większość zarówno kobiet, jak i mężczyzn wolą mężczyznę. Jednak kiedy poproszono ich o ocenę obecnego szefa, ocena okazała się niezależna od pici, stereotypowy sąd, że lepiej mieć za szefa mężczyznę utrzymuje się - szczególnie u mężczyzn. Stereotyp ten najwyraźniej nie jest modyfikowany indywidualnymi doświadczeniami ludzi (z kobietą w roli przełożonego).

interesowały się zróżnicowaniem płci pod względem zdolności matematycznych. W naszej kulturze dość powszechne jest przekonanie o większych uzdolnieniach matematycznych mężczyzn niż kobiet. Ponieważ wysokie wyniki z matematyki stanowią swoisty „filtr selekcyjny” wykluczający kobiety z wielu dobrze płatnych zawodów, pytania o to, czy kobiety istotnie są gorsze z matematyki i skąd ewentualne różnice się biorą, mają charakter nie tylko akademicki, ale i jak najbardziej praktyczny. Aby na nie odpowiedzieć, autorki wyszukały 100 publikacji i raportów badawczych dotyczących zróżnicowania płci w obiektywnych testach matematycznych. Relacjonowano w nich wyniki 259 odrębnych prób zbadanych, na które składało się w sumie prawie 4 miliony osób w różnym wieku, co jest niewątpliwie imponującą podstawą do formułowania wniosków. Etap drugi polega na wyrażeniu wielkości różnicy między płciami za pomocą jednokowej dla wszystkich badań miary. Hyde i współpracowniczki posłużyły się najczęściej tu używaną statystyką d Cohena (1977), która stanowi różnicę między średnim wynikiem mężczyzn (M_m) i średnim, wynikiem kobiet (M_k) (czy między dwoma dowolnymi grupami), wyrażoną w jednostkach łącznego dla obu grup odchylenia standardowego (SD), jak to ilustruje następujący wzór:

$$d = \frac{M_m - M_k}{SD}$$

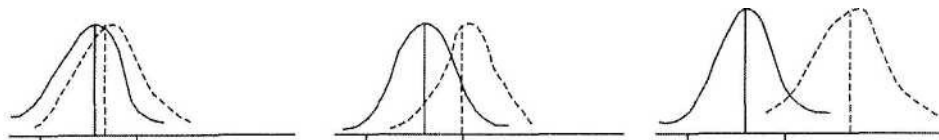
$d = 0,20$ wartość mała
 $d = 0,50$ wartość umiarkowana
 $d = 0,80$ wartość duża

Statystyka d ma wiele zalet. Jej standaryzacja umożliwia bezpośrednią porównywalność różnic uzyskanych za pomocą wskaźników o różnym zakresie liczbowym (np. testu o zakresie wyników od 0 do 20 i testu o zakresie od 10 do 85). Wartość d nie zależy od liczebności próby (w przeciwieństwie do poziomu istotności statystycznej oraz wielu statystyk) i można ją wyliczyć z różnych innych statystyk używanych powszechnie w psychologii (jak r Pearsona, t Studenta, czy F). Co bardzo ważne, statystyka d opisuje zróżnicowanie płci jako zjawisko ciągłe (różnica większa-mniejsza), a nie skokowe (różnica jest lub jej nie ma), do czego zachęca powszechne w psychologii posługiwanie się testami istotności statystycznej.

Trzeci etap metanalizy to szacowanie średniej wartości d (zwykle ważonej przez liczebność próby badanej, tak by wkład każdego badania był proporcjonalny do liczby zbadanych w nim osób) i sprawdzenie, czy i jak dalece wskazuje ona na przewagę mężczyzn lub kobiet. Średnia wartość d w metaanalizie Hyde i współpracowniczek wyniosła 0,20.

znak tej wartości wskazuje na przewagę mężczyzn, jej absolutna wartość wskazuje natomiast na to, że przewaga owa jest mała. Co to znaczy „duża” lub „mała”? Obok wzoru na d przytoczyłem podawane przez Cohena zasady interpretacji liczbowej wartości d . Są one nieco arbitralne, ale skoro d jest standaryzowaną różnicą średnich i odwołuje się do właściwości rozkładu normalnego, różne wartości d można zilustrować w sposób przedstawiony na rysunku 12.3.

Rysunek 12.3. ilustracja dwóch rozkładów, których średnie są odległe o 0,20 lub 0,80 lub 2,00 odchylenia standardowego



W rozkładzie normalnym pomiędzy średnią a wynikiem leżącym w odległości 1 odchylenia standardowego od niej znajduje się 34% przypadków. Ponieważ krzywa normalna jest symetryczna, oznacza to, że w odległości plus/minus jednego odchylenia standardowego od średniej znajduje się 68% obserwacji.

Jak wskazuje rysunek, różnica średnich wielkości 0,20 odchylenia standardowego oznacza, że oba rozkłady, dla mężczyzn i kobiet, w bardzo dużym stopniu pokrywają się, a zmienność wyników w obrębie każdej płci jest nieporównanie większa niż zmienność międzypłciowa. Choć więc mężczyźni są nieco lepsi w matematyce od kobiet, różnica ta ma niewielkie znaczenie, ponieważ bardzo wiele kobiet (prawie połowa) osiąga wyniki lepsze od przeciętnego mężczyzny, aczkolwiek to prawda, że jeszcze nieco więcej mężczyzn osiąga wyniki lepsze od przeciętnej kobiety. Przy wielkości różnicy rzędu 0,80 odchylenia standardowego (wskazywanej przez Cohena jako różnica duża) rozbieżność rozkładów staje się wyraźna, choć nadal większość obszarów pod każdą z krzywych wzajemnie się pokrywa. Dopiero przy d równym dwóm odchyleniom standardowym różnice między płciami stają się bardzo wyraźne i można powiedzieć, że znajomość płci człowieka pozwala z dużym prawdopodobieństwem przewidzieć natężenie danej zmiennej. Tak duże wartości d są jednak niezwykle rzadkie, jak wskazują tabele 12.2-12.5, przedstawiające typowe wielkości różnic między płciami stwierdzane we współczesnych metaanalizach.

Czwarty etap metaanalizy to analiza homogeniczności rozkładu d , a więc ocena, czy wartość d jest w badanych próbach jednorodna (wszystkie wartości są bliskie średniej), czy też występuje istotna jej zmienność z próby na próbę. Jeżeli taka zmienność występuje, to badacz może próbować ją wyjaśnić, a więc wskazać od czego zależy wielkość d , co w ramach metaanalizy czyni się na dwa sposoby. Sposób pierwszy to redukcja heterogeniczności, czyli znalezienie takiej sensownej klasyfikacji analizowanych badań, że w obrębie każdej wyodrębnionej klasy badań wskaźniki d stają się jednorodne. Sposób drugi to wykonanie analizy regresji, w której wielkość d jest zmienną wyjaśnianą, zaś różne własności badań są predyktorami i sprawdzanie, jak dalece owe predyktory wyjaśniają ogólne zróżnicowanie d .

W cytowanej już metaanalizie, Hyde i współpracowniczki stwierdziły, że uzyskany rozkład d nie jest homogeniczny, ale kiedy podzieliły badania według treści badanych uzdolnień matematycznych (arytmetyka, algebra, geometria itd.), zmienność d zanikała przy niektórych rodzajach uzdolnień (np. algebra). Jednak redukcja homogeniczności jest dosyć zawodnym sposobem wyjaśniania od czego d zależy, ponieważ im większa jest liczba badań danego rodzaju, tym łatwiej uzyskać statystycznie istotną heterogeniczność wskaźnika d . Stąd też bardziej przekonujące jest wskazanie takich cech badania, od których zależy ogólna zmienność (wariancja) wskaźnika d . Hyde i współpracowniczki próbowały wykryć, od czego zależy wielkość d , a wykonana przez nie analiza regresji wykazała, że aż 87% wariancji d zależy od zaledwie trzech aspektów badania. Najsilniejszym predyktorem różnic płci okazał się wiek badanych osób. Jak ilustruje początkowa część tabeli 12.2, przed 15. rokiem życia dziewczynki uzyskiwały nieznacznie wyższe wyniki niż chłopcy, choć później różnica zmieniała się na korzyść chłopców i narastała z wiekiem. Drugim predyktorem wartości d była selektywność w doborze badanych: w przypadku populacji generalnej kobiety okazywały się nieznacznie bardziej uzdolnione od mężczyzn ($d = -0,05$), jednak w już w przypadku młodzieży ze szkół średnich, a tym bardziej akademickich (a więc wyselekcjonowanych z uwagi na wyższy poziom zdolności), różnica ta ulegała odwróceniu (i wyniosła $d = 0,54$ u studentów uniwersytetu). Wreszcie trzecim predyktorem był stopień zaawansowania zadań: od prostych obliczeń, gdzie kobiety miały przewagę ($d = -0,14$), przez rozumienie pojęć matematycznych ($d = -0,03$), do rozwiązywania złożonych problemów ($d = 0,08$), gdzie nie stwierdzono różnic między płciami.

Te rozważania nad porównywaniem zdolności matematycznych mężczyzn i kobiet ilustrują, jak bardzo przydatnym narzędziem jest metaanaliza we wnioskowaniu o rzeczywistym znaczeniu wyników badań psychologicznych. Metaanaliza jest niewątpliwie lepszym narzędziem od tradycyjnej narracji, czyli opowiadania o wynikach badań. Narracyjne integrowanie wyników badań jest bowiem silnie podatne na własne poglądy teoretyczne autora narracji. Zwykle z przeglądu badań wynika to, co autor i tak już o nich sądził, a różni autorzy dochodzą do odmiennych wniosków na podstawie tego samego zbioru wyników (Rosenthal, 1991b). Metaanaliza jest bardziej precyzyjna - wiadomo dokładnie, na jakich badaniach opierają się uogólnienia i wiadomo co znaczy wniosek, że różnice są duże lub małe. Jest także bardziej obiektywna, gdyż opiera się na jawnie wyrażonych regułach wnioskowania, a każdy badacz analizujący ten sam zbiór wyników dochodzi do tych samych wniosków, choć oczywiście badacze nadal różnią się rozłożeniem akcentów. Np. Hyde, Fennema i Lamon (1990) za najważniejszy wynik swej cytowanej tu wielokrotnie metaanalizy uważają wartość $d = -0,05$, która dotyczy dzieci poniżej szkoły średniej (jako że są najmniej wyselekcjonowane), a badanych za pomocą innych testów niż SAT (Scholastic Aptitude Test), którym wykonano aż 20% wszystkich badań, ale autorki zdecydowały się zrezygnować z tego testu, gdyż... „nietypowo” faworyzuje mężczyzn.

Jednak metaanaliza nie jest panaceum na wszystkie problemy. Po pierwsze, wartość wniosków wyciąganych na jej podstawie w oczywisty sposób pozostaje uzależniona od wartości typowych badań w danej dziedzinie. W dalszej części rozdziału przekonamy się na przykład, że badania nad pomocnością dotyczą przeważnie dosyć nietypowych i rzadkich postaci pomagania, w związku z czym wyniki ich metaanaliz traktować należy z dużą ostrożnością. Po drugie, metaanalizy jednakowo traktują badania świetne i marne - rezultaty każdego z nich tak samo wykorzystują jako pojedynczą pozycję na liście danych. obrońcy metaanalizy odpowiadają tu, że można przecież potraktować jakoś badania jako odrębny jego aspekt (np. szacowany przez sędziów kompetentnych) i ocenić, czy wpływa on na wielkość d oraz ewentualnie ważyć statystykę d przez jakiś wskaźnik metodologicznej wartości badania. Jednak w praktyce szacowanie jakości odgrywa niewielką rolę, ponieważ łatwo tu o stronniczość i z reguły wszystkie badania spełniające jakieś minimalne wymagania metodologiczne są traktowane jednakowo. Taka „demokracja” niewiele ma sensu w nauce, gdyż niewątpliwie jedno dobre badanie empiryczne pozwala więcej zrozumieć od dziesięciu złych. W dalszej części tego podrozdziału będę się więc odwoływał się do metaanaliz, nie traktując wszakże ich wyników jako jedyne „głosu prawdy”.

12.2.1. Zdolności umysłowe

Umysłowe różnice między kobietami i mężczyznami to dziedzina, w której najtętsze umysły ludzkości wygłosiły tak zdumiewająco wiele głupstw (z reguły deprecjonując kobiety), że nie sposób tego zrozumieć bez odwołania się do ich własnej płci - wszyscy piewcy męskiej wyższości (od Platona do Kanta) sami byli mężczyznami. Co mówią na ten temat wyniki obiektywnych badań psychologicznych? Odpowiedź jest dość złożona i w dużym stopniu zależy od rodzaju zdolności.

Jeśli idzie o wspomniane już zdolności matematyczne, to zauważalne różnice na korzyść mężczyzn pojawiają się około 15. roku życia, dziewczynki nieco lepiej wypadają w prostych obliczeniach, choć nie ma różnic w rozwiązywaniu złożonych problemów. Jednak wraz ze wzrostem ogólnego poziomu zdolności badanych osób pojawia się i narasta przewaga mężczyzn. Ponadto różnice między płciami maleją jako funkcja daty badania - dawniej stwierdzano większe różnice niż współcześnie (Feingold, 1988). Wreszcie, nieporównanie większe od rzeczywistych różnic w poziomie uzdolnień matematycznych są różnice w przekonaniach badanych - w tym przypadku d sięga aż 0,90, wskazując na powszechność opinii, że matematyka jest dziedziną męską (Hyde, Frost, 1993). W większości krajów europejskich kobiety stanowią niewielką mniejszość osób uprawiających zawód matematyka, choć w Polsce mniejszość ta wynosi 30%, a wśród studiujących matematykę kobiety stanowią 60% (Wieczorkowska-Nejtardt, 1997).

Inną tradycyjnie męską domeną są zdolności przestrzenne, gdzie różnice stwierdza się z taką systematycznością, że swoim czasie feminis-

tycznie zorientowani psychologowie postulowali usunięcie mierzących je zadań z ogólnych testów inteligencji, jako negatywnie uprzedzone do kobiet. Najbardziej rozległą metaanalizę danych na ten temat wykonali Voyer, Voyer i Bryden (1995). Jak wskazują wyniki zamieszczone w tabeli 12.2, wielkość przewagi mężczyzn *zależała*, od rodzaju badanych zdolności, największe

Tabela 12.2. Zróżnicowanie płci pod względem zdolności umysłowych i funkcjonowania motorycznego w świetle wyników wybranych metaanaliz

Zmienna	d	Liczba badań/prób	Źródło
zdolności matematyczne			
ogółem	0,05	20	Feingold (1988)
ogółem, wszystkie grupy wiekowe	0,20	259	Hyde in. (1990)
ogółem, wiek 5-10 lat	-0,06	67	Hyde in. (1990)
ogółem, wiek 11-14 lat	-0,07	93	Hyde in. (1990)
ogółem, wiek 15-18 lat	0,29	53	Hyde in. (1990)
ogółem, wiek 19-25 lat	0,41	31	Hyde in. (1990)
ogółem, wiek powyżej 25 lat	0,59	9	Hyde in. (1990)
proste obliczenia	-0,14	45	Hyde in. (1990)
rozumienie pojęć matematycznych	-0,03	41	Hyde in. (1990)
rozwiązywanie problemów złożonych	0,08	48	Hyde in. (1990)
zdolności przestrzenne			
wizualizacja przestrzenna	0,19	116	Voyer i in. (1995)
spostrzeganie przestrzenne	0,44	92	Voyer i in. (1995)
rotacje umysłowe	0,56	78	Voyer i in. (1995)
zdolności werbalne			
wszystkie wskaźniki ogółem	-0,11	165	Hyde, Linn (1988)
słownik	-0,02	40	Hyde, Linn (1988)
produkcja mowy	-0,33	18	Hyde, Linn (1988)
różne wskaźniki	-0,30	12	Rosenthal, Rubin (1982]
ortografia	-0,50	20	Feingold (1988)
zdolności językowe	-0,43	20	Feingold (1988)
rozumowanie werbalne	0,05	20	Feingold (1988)
funkcjonowanie motoryczne			
koordynacja wzrokowo-ruchowa	-0,21	12	Thomas, French (1985)
plastyczność	-0,29	13	Thomas, French (1985)
aktywność motoryczna - w. prenatalny	0,33	6	Eaton, Enns (1986)
aktywność motoryczna			
- w. przedszkolny	0,44	58	Eaton, Enns (1986)
aktywność motoryczna -dzieci starsze	0,64	49	Eaton, Enns (1986)
siła uchwytu dłoni	0,66	37	Thomas, French (1985)
skok w dal	0,54	68	Thomas, French (1985)
szybkość biegu	0,66	63	Thomas, French (1985)
dokładność rzutu	0,96	14	Thomas, French (1985)
długość rzutu	1,98	47	Thomas, French (1985)
prędkość rzuconego obiektu	2,18	12	Thomas, French (1985)

Uwaga: dodatnie wartości *d* oznaczają przewagę mężczyzn, wartości ujemne - przewagę kobiet; d = 0,20 różnica mała; d = 0,50 różnica umiarkowana; d = 0,80 różnica duża.

wartości osiągając w zadaniach wymagających tzw. rotacji umysłowych (obracania w wyobraźni figur dwu- lub trójwymiarowych). Choć niektórzy autorzy twierdzą, że i tutaj obserwuje się postępujący zanik różnic między płciami, analiza Voyera i współpracowników wykazała ten zanik jedynie dla nielicznych testów mierzących zdolności przestrzenne.

Z d o l n o ś c i j ę z y k o w e to trzeci rodzaj zdolności umysłowych nacechowanych płciowo, przynajmniej w powszechnym przekonaniu, a także starszych prac psychologicznych (np. klasyczna choć już przestarzała praca Maccoby i Jacklin, 1974). Jednak różne metaanalizy, których wyniki przedstawia tabela 12.2, dość zgodnie przekonują, iż przewaga językowa kobiet jest zwykle niewielka, w niektórych rodzajach zadań zanika (np. bogactwo słownika), maleje jako funkcja daty badania i praktycznie rzecz biorąc wynosi współcześnie zero (Feingold, 1988; Hyde, Linn, 1988).

12.2.2. Funkcjonowanie motoryczne

Nieporównanie większe i bardziej konsekwentne są natomiast różnice płci w funkcjonowaniu motorycznym. Mężczyźni są przeciętnie ok. 20% więksi od kobiet, co jest przejawem dymorfizmu płciowego, powszechnego wśród ssaków. Jak wskazują dane z tabeli 12.2, mężczyźni są też od kobiet aktywniejsi motorycznie - już w życiu płodowym, a różnica ta rośnie jako funkcja wieku w trakcie dzieciństwa i dorastania (z przytoczonych analiz nie wynika jednak, jak dalece utrzymuje się ona w wieku dojrzałym). Mężczyźni są też sprawniejsi pod prawie wszystkimi względami, w szczególności w rzucaniu obiektów, gdzie różnice są ogromne. Jest to istotne z punktu widzenia ewolucjonistycznych wyjaśnień zróżnicowania płci, jak przekonamy się nieco dalej. Jedynym wyjątkiem jest plastyczność motoryczna i koordynacja wzrokowo-ruchowa w zakresie małych ruchów wymagających precyzji, gdzie kobiety okazują się nieco lepsze od mężczyzn.

12.2.3. Cechy osobowości

Stereotyp męskości dotyczy sprawstwa, zaś stereotyp kobiecości dotyczy relacji społecznych. Jak się do tego mają cechy osobowości mierzone za pomocą standardowych kwestionariuszy? Dane zamieszczone w tabeli 12.3 przekonują, że stereotypy płci niewątpliwie zawierają przynajmniej „ziarno prawdy”. Np. w obrębie podstawowych cech osobowości składających się na tzw. „wielką piątkę” (por. Strelau, 2000) tylko dwie umiarkowanie lub silnie różnicują płcie: asertywność z przewagą mężczyzn oraz wrażliwość na innych z przewagą kobiet. Ponadto kobiety cechują się lekką, ale nieprzypadkową przewagą zaufania, towarzyskości i lęku, choć ten ostatni wynik nie dotyczy lęków społecznych, gdzie nie stwierdza się różnic. Różnic nie stwierdza się także pod względem wielu innych cech osobowości wymienionych w tabeli.

Pouczające światło na znaczenie tych różnic rzuca interesujący przypadek empatii. Nancy Eisenberg i Randy Lennon (1983) zanalizowali zróżnicowanie płci w skłonnościach empatycznych mierzonych na trzy sposoby: za pomocą standardowych kwestionariuszy osobowości (ogólny opis własnej osoby), za pomocą opisów własnych reakcji osób badanych na konkretne sytuacje innego człowieka przedstawione na obrazku lub w opowiadaniu oraz za pomocą obiektywnych pomiarów natężenia reakcji empatycznej w postaci fizjologicznych miar emocji lub ocen formułowanych przez nieinwazyjnych obserwatorów. Jak wskazują dane z tabeli, bardzo dużą przewagę kobiet stwierdzono tylko w miarach kwestionariuszowych. W przypadku drugiej grupy badań różnica ta dramatycznie zmalała, zaś w przypadku miar obiektywnych zupełnie znikła - nie można było nawet dokonać formalnej metaanalizy różnic, ponieważ autorzy oryginalnych doniesień badawczych z reguły nie podawali średnich dla obu płci, poprzestając jedynie na konstatacji braku różnic.

Duże różnice płci stwierdzono więc jedynie w warunkach, w których osoby badane w pełni zdawały sobie sprawę z tego, co jest badane, a więc gdy o ich reakcjach mogły w dużym stopniu zadecydować autostereotypy płci. Podobne zastrzeżenie budzą także inne dane z tabeli 12.3 dotyczące zróżnicowania cech osobowości mierzonych bez wyjątku za pomocą kwestionariuszy ogólnego samoopisu. Bardzo możliwe, że gdyby zastosowano w nich miary behawioralne (np. rzeczywista asertywność przejawiana w różnych sytuacjach), a nie samoopisowe, różnice między kobietami i mężczyznami okazałyby się mniejsze, ponieważ nie byłyby obciążone wpływem autostereotypów płci. Jednak wyników tych nie należy traktować jako samej tylko ekspresji autostereotypu, ponieważ stereotypowe przekonania o różnicach płci słabną wśród coraz bardziej egalitarnie nastawionych Amerykanów (Diekmann, Eagly, 2000), natomiast staranne analizy Alana Feingolda (1994) nie wykazały żadnych zmian historycznych pod względem wielkości różnic płci w zakresie kwestionariuszowo mierzonych cech osobowości. Notabene analizy Feingolda dotyczą nie tylko Amerykanów, ale także i kilku innych narodowości (w tym Polaków), które nie różnią się znacząco od najliczniej reprezentowanych Amerykanów.

Stereotyp pewnego siebie i zarozumiałego mężczyzny każe przewidywać wyższą samoocenę u mężczyzn niż kobiet. Wyjątkowo szeroko zakrojone metaanalizy dotyczące tego problemu wykazały istotnie wyższą samoocenę mężczyzn, choć różnice okazały się ogólnie małe. Co ciekawe, znacznie większe są różnice pod względem zadowolenia z własnego ciała, które w dodatku dramatycznie rosną jako funkcja czasu (Feingold, Mazzella, 1998). W badaniach sprzed roku 1970 średnia różnica wynosiła 0, zaś w badaniach z lat 90. już 0,58 (zarówno w USA, jak i w innych krajach). Jest to skutek silnego wzrostu odsetka kobiet niezadowolonych z własnego ciała: rośnie on wśród nich z dekady na dekadę znacznie szybciej niż wśród mężczyzn.

Zjawisko to jest dość paradoksalne, ponieważ dokonywana przez obserwatorów ocena atrakcyjności fizycznej jest z reguły wyższa dla kobiet niż mężczyzn (por. tabela 12.3). Prawdopodobnie głównym powodem rosnącego niezadowolenia kobiet z własnego ciała jest rozpowszechnianie się bardzo wyszczuplonego i młodzieńczego ideału kobiecego piękna, intensywnie promowanego w mass mediach. Jest to ideał krańcowo nierealistyczny - zgodnie z nim wygląda kilkanaście supermodelek i to tylko w najbardziej sprzyjających momentach uwiecznionych na zdjęciach, choć pragną tak wyglądać miliony kobiet.

Tabela 12.3. Zróżnicowanie płci pod względem cech osobowości w świetle wyników wybranych metaanaliz

Zmienna	d	Liczba badań/prób	Źródło
emaptia - ogólne miary samoopisowe	-0,91	17	Eisenberg, Lennon (1983)
emaptia - sytuacyjne miary samoopisowe	-0,11	14	Eisenberg, Lennon (1983)
wewnętrzne poczucie kontroli	0,07 d 0,08	30	Feingold (1994)
lęk	-0,15 d -0,31	46	Feingold (1994)
asertywność	0,17 d 0,20	37	Feingold (1994)
cechy „wielkiej piątki”			
neurotyzm: lęk	-0,28	25	Feingold (1994)
neurotyzm: impulsywność	0,06	14	Feingold (1994)
ekstrawersja: towarzyskość	-0,15	22	Feingold (1994)
ekstrawersja: asertywność	0,50	25	Feingold (1994)
ekstrawersja: aktywność	0,09	13	Feingold (1994)
otwartość na doświadczenie	0,03	12	Feingold (1994)
ugodowość: zaufanie	-0,25	11	Feingold (1994)
ugodowość: wrażliwość na innych	-0,97	18	Feingold (1994)
sumienność	-0,13	7	Feingold (1994)
samoocena			
ogólna, różne wskaźniki	0,21	216	Kling i in., (1999)
ogólna, różne wskaźniki	0,10 d 0,16	61	Feingold (1994)
ocena własnej atrakcyjności	0,17	222	Feingold, Mazzella (1998)
atrakcyjność oceniana przez innych	-0,26	222	Feingold, Mazzella (1998)
zadowolenie z własnego ciała	0,52	222	Feingold, Mazzella (1998)

Uwaga: dodatnie wartości *d* oznaczają przewagę mężczyzn, wartości ujemne - przewagę kobiet; d = 0,20 różnica mała; d = 0,50 różnica umiarkowana; d = 0,80 różnica duża.

Trend nieustannie chudnącego ideału urody zapewne musi się kiedyś (już niedługo) skończyć. Jednak jak na razie jest, wraz ze wspomnianym już samouprzedmiotowaniem, ważną przyczyną zaburzeń jedzenia - anoreksji (jadłowstrętu) i bulimii (epizody niepohamowanego jedzenia i celowego wywoływania wymiotów). Kobiety zapadają na nie znacznie częściej od mężczyzn, a niezadowolenie z własnego ciała jest czynnikiem podtrzymującym niższą samoocenę kobiet. Bowiem każda z płci buduje samoocenę na odmiennych podstawach, w dużym stopniu wytyczonych przez schemat płci. Np. samoocena silniej jest związana z przekonaniem o własnej atrakcyjności fizycznej u dziewcząt niż chłopców, zaś podłużne badania rozwojowe przekonują, że 14-letnie dziewczęta opisywane przez innych jako sympatyczne, troskliwe i budzące zaufanie ujawniły znaczące przyrosty ogólnej samooceny w wieku lat 19. Natomiast u chłopców przyrost samooceny nastąpił w tym samym okresie, jeżeli byli początkowo opisywani jako zachowujący się swobodnie, pewnie i „po męsku” (Błock, Robins, 1993).

12.2.4. Funkcjonowanie społeczne

Silniejsza orientacja kobiet na relacje społeczne powinna się wyrażać nie tylko w ich większej empatii, ale i silniejszej koncentracji na podtrzymywaniu czy pielęgnowaniu relacji. Jednym z ważniejszych tego przejawów jest skłonność do zwierzania się i intensywnej komunikacji niewerbalnej.

Jak wskazują wyniki z tabeli 12.4, kobiety mają większą skłonność do **z w i e r z a n i a** się, szczególnie osobom własnej płci. Przewaga ta zanika w relacjach z osobami obcymi ($d = 0,07$), a pojawia się w relacjach z przyjaciółmi, rodzicami i małżonkami (ok. 0,25). Dane z tabeli przekonują też o ważnych różnicach w zakresie komunikacji **n i e w e r b a l n e j**: kobiety wyraźnie częściej patrzą na partnerów interakcji i częściej się do nich uśmiechają; nie stwierdzono natomiast istotnych różnic płci pod względem częstości inicjowania kontaktu dotykowego i bycia dotykanym (jednak na ten temat przeprowadzono niewiele badań). Kobiety są też sprawniejsze w komunikacji niewerbalnej: lepiej potrafią nadawać takie komunikaty, a więc za pomocą mimiki, pantomimiki i tonu głosu, a przede wszystkim mają większą umiejętność dekodowania sygnałów niewerbalnych innych osób. Przy tym Hali (1978) wykazała, że przewaga kobiet staje się bardzo duża, gdy do dyspozycji mają zarówno wzrokowe, jak i słuchowe sygnały płynące z zachowania partnera ($d = -1,02$), natomiast jest znacznie słabsza w przypadku dostępu do samych tylko sygnałów wzrokowych ($d = -0,32$), lub słuchowych ($d = -0,18$). Kobiety mają więc większą umiejętność (i zapewne motywację) do integrowania „różnokanałowych” sygnałów pochodzących od partnerów interakcji i są większymi ekspertami w zakresie sterowania przebiegiem interakcji społecznych.

Pozycja eksperta od interakcji społecznych po części wyjaśnia także większy **k o n f o r m i z m** kobiet niż mężczyzn. Dane z tabeli 12.4 wskazują,

że uległość kobiet jest dwukrotnie większa w przypadku nacisku wywieranego przez małą grupę pozostającą w bezpośrednim kontakcie niż w sytuacji perswazji, gdy nacisk wywierany jest raczej przez bezosobowy przekaz niż przez fizycznie obecnych ludzi. Eagly i Carli (1981) interpretują tę różnicę w kategoriach pełnionej przez kobiety roli łagodzenia konfliktów społecznych, a nie jako wyraz ich ogólnie większej uległości. Drugim czynnikiem wyjaśniającym większy konformizm kobiet może być fakt, że stosowane w eksperymentach psychologicznych naciski częściej dotyczą takich dziedzin, które bardziej interesują mężczyzn i w których bardziej czują się oni kompetentni niż kobiety, co osłabia konformizm tych pierwszych (por. rozdz. 7.1.2). Słuszność tego rozumowania wykazała seria badań Sistrunka i McDavida (1971), którzy stwierdzili większą uległość mężczyzn w kwestiach stanowiących domenę kobiecą (np. rodzaje haftów), większą uległość kobiet w kwestiach męskich (np. polityka), zaś brak różnic w kwestiach nienacechowanych płciowo (np. gwiazdy muzyki pop).

W myśl stereotypu, kobiety powinny cechować się większą opiekuńczością i skłonnością do niesienia pomocy innym. Zamieszczone w tabeli 12.4 wyniki okazały się zaskakujące - średnie d wyliczone z aż 99 badań było dodatnie, wskazując na większą skłonność do niesienia pomocy innym przez mężczyzn niż kobiety. Jednak większość analizowanych badań dotyczyła udzielania pomocy obcej osobie w wieloznaczonej, często publicznej sytuacji (nieznajomy leżący na ulicy czy stojący przy najwyraźniej zepsutym samochodzie). W tego rodzaju sytuacji normy społeczne nakazują działanie raczej mężczyźnie (szarmanckiemu bohaterowi ratującemu ofiary w niebezpieczeństwie) niż kobiecie. Interesującym potwierdzeniem tej interpretacji okazało się bardzo silne zróżnicowanie wartości d w zależności od obecności świadków. W badaniach, gdzie świadkowie byli na pewno obecni, d wyniosło 0,74, w badaniach gdzie na pewno byli nieobecni d wyniosło zaledwie -0,02 (Eagly, Steffen, 1986).

Oczywiście najwięcej pomocy człowiek w ciągu swego życia kieruje nie na obcych, lecz na najbliższych - przede wszystkim własną rodzinę. Prawidłowość ta obowiązuje nawet po śmierci - wedle analizy losowo wybranego tysiąca testamentów, aż 92% dóbr pozostawionych przez umierającego jest zapisywane krewnym, szczególnie najbliższemu, a tylko 8% - osobom niespokrewnionym (Smith, Kish, Crawford (1987). Nie ulega wątpliwości, że w większości kultur kobiety o wiele częściej i dłużej sprawują opiekę nad dziećmi niż mężczyźni (Crano, Aronoff, 1978), a to samo dotyczy opieki nad osobami chorymi lub starymi, przynajmniej w kulturach zachodnich (Dwyer, Seecomb, 1991). Większa opiekuńczość i pomocność kobiet, szczególnie w stosunku do osób spokrewnionych nie ulega wątpliwości, choć eksperymentalna psychologia społeczna zdaje się ten fakt niemal zupełnie ignorować.

Przeciwieństwem pomocności jest a g r e s j a. Wiele względów każe oczekiwać większej agresywności mężczyzn niż kobiet. Istotnie, przytoczone

w tabeli 12.4 metaanalizy jednoznacznie potwierdzają większą agresywność mężczyzn. Przekonują ponadto, że przewaga agresywności mężczyzn rośnie, gdy: (1) szkoda ma charakter fizyczny, a nie psychiczny; (2) agresja wyrządza dużą, a nie małą szkodę ofierze; (3) agresja jest w danej sytuacji normatywnie pożądana, a więc dopuszczalna i godna pochwały; (4) kobieta jest przekonana o nieagresywności własnej płci (ulega autostereotypowi); (5) badania posługują się obserwacją naturalną, a nie eksperymentem. Agresję kobiet hamują ponadto silniejsze reakcje emocjonalne na własną agresję: większa skłonność do przeżywania poczucia winy, lęku i obawy przed rewanżem ofiary. Podczas gdy kobiety są jednakowo agresywne w stosunku do obu płci, mężczyźni są z reguły bardziej agresywni w stosunku do mężczyzn niż do kobiet.

Co ciekawe, analizy Ann Bettencourt i Normana Millera dowodzą modyfikującej roli prowokacji: bez niej mężczyźni są bardziej agresywni od kobiet, w warunkach prowokacji - które w ogóle nasilają agresję (por. rozdz. 10.2) - różnica ta maleje aż do odwrócenia znaku, gdy prowokacja ma charakter zniewagi. Powody zaniku różnic płci w warunkach prowokacji nie są do końca jasne, jedna z interpretacji zakłada, że prowokacja zwalnia kobiety z wymagań normy nakazującej łagodność. Sprawę komplikuje przy tym fakt, że na pewne rodzaje prowokacji mężczyźni reagują silniej niż kobiety - przede wszystkim na negatywne informacje o własnej kompetencji. Jak pokazuje tabela, przewaga agresywności mężczyzn wzrasta wówczas nieproporcjonalnie, nawet ponad poziom różnic obserwowanych pod nieobecność prowokacji.

Wyniki metaanaliz dotyczących agresji są niezwykle konsekwentne - prawie nigdy nie stwierdza się istotnego odwrócenia różnicy między płciami, choć typowa różnica na korzyść mężczyzn lokuje się na poziomie wartości umiarkowanych. Warto jednak pamiętać, że wszystkie te badania dotyczą agresji słabej, a co najwyżej umiarkowanej. W przypadku agresji silnej, jak bójki, rozboje czy morderstwa, różnice między płciami stają się nieporównanie większe. W szczególności przekonują o tym Martin Dały i Margo Wilson (1988), którzy przedstawili bardzo rozległe analizy statystyk zabójstw dokonywanych w różnym czasie i w różnych krajach. Mężczyźni są sprawcami około 90% wszystkich zabójstw popełnianych w dowolnym okresie życia dowolnego społeczeństwa, a bardzo podobnie mają się sprawy także z innymi przestępstwami zawierającymi element przemocy, jak wymuszenia rozbójnicze, ataki zakończone zranieniem ofiary, czy gwałty. Również wojny są zawsze dziełem mężczyzn (Ghiglieri, 2001). Mityczne Amazonki nigdy nie istniały - są tworem wyobraźni starożytnych Greków. Na wojnę idą mężczyźni, a w nielicznych armiach świata zaciągających także „słabą płć” (np. Izrael, w niewielkim stopniu USA), kobiety w znacznej większości pełnią funkcje jedynie pomocnicze, a nie bojowe.

W literaturze psychologicznej, a w szczególności feministycznej, można napotkać twierdzenia, że różnice płci pod względem agresji zanikają, lub że

w istocie ich nie ma, a ich orzekanie „jest konsekwencją wąskiego definiowania i operacjonalizacji agresji w dotychczasowych badaniach” (Bjorkvist, Osterman, Lagerspitz, 1994, s. 28). To prawda, że istnieją pojedyncze badania wskazujące na przewagę dziewcząt w wieku szkolnym pod względem takich postaci agresji, jak plotka, obmawianie i wykluczanie z grupy. Niemniej dla bardziej społecznie doniosłych i typowych postaci agresji fizycznej różnice na rzecz mężczyzn są uniwersalne, duże i rosną wraz z dotkliwością krzywdy. I wcale nie zanikają jako funkcja czasu. W USA, jednym z najbardziej morderczych krajów naszych czasów, w latach 60. ubiegłego wieku mężczyźni dokonali 85% zabójstw, natomiast w latach 90. - aż 90% (Kenrick, Neuberg, Cialdini, 1999). Przy tym w kraju, w którym liczba sztuk broni palnej w rękach prywatnych przekracza samą liczbę ludności, zabójstwo nie wymaga przewagi fizycznej - odpada więc najprostsze wyjaśnienie większej agresywności (większych) mężczyzn nad (mniejszymi) kobietami. Tym bardziej, że ponad 80% ofiar zabójstw niemal wszędzie na świecie to również mężczyźni.

Metaanalizy z tabeli 12.4 dowodzą także, iż zgodnie ze stereotypem ambitnego i przebojowego mężczyzny, przedstawiciele tej płci częściej wyłaniają się jako spontaniczni liderzy grup. Przeciętna różnica nie jest duża (0,32) i w interesujący zależy od rodzaju przywództwa. Badania wskazują na spontaniczne wyłanianie przez grupy dwóch liderów: zdaniowego i społeczno-emocjonalnego (por. rozdz. 11). Pierwszy z nich koncentruje się na podwyższaniu skuteczności działań grupy i przybliżaniu jej do założonego celu, drugi zaś skupia się utrzymywaniu dobrych relacji między członkami grupy. Nietrudno zauważyć, że rola lidera zadaniowego dobrze pasuje do schematu męskości, podczas gdy rola lidera społeczno-emocjonalnego lepiej przystaje do schematu kobiecości. Pozwoliło to przewidzieć i stwierdzić, że mężczyźni częściej wyłaniają się jako przywódcy zadaniowi, zaś kobiety -jako liderki społeczno-emocjonalne. Odrębna metaanaliza Eagly i Johnsona (1990) wykazała ponadto, że władza jest również sprawowana w sposób zgodny ze stereotypem płci lidera: kobiety są zorientowane bardziej interpersonalnie niż zadaniowo oraz przedkładają demokratyczny i partycypacyjny styl kierowania nad autokratyczny i dyrektywny, zaś mężczyźni odwrotnie. Co więcej, większość różnic między płciami zanika w badaniach organizacyjnych, dotyczących zachowań faktycznych liderów, którzy zwyczajną drogą osiągnęli swoją pozycję w miejscu pracy. Różnice te obserwuje się natomiast w badaniach laboratoryjnych i samoopisowych, gdzie mężczyźni i kobiety zostają arbitralnie przydzieleni do roli przywódcy, bądź opisują własny styl kierowania. Eagly i Johnson wyjaśniają te różnice zakładając, że w badaniach laboratoryjnych i samoopisowych autostereotyp płci do pewnego stopnia dyktuje człowiekowi, co czynić (lub mówić) należy, natomiast w rzeczywistych organizacjach wpływ ten zanika, gdyż ważniejsze staje się oddziaływanie wymagań obowiązujących w konkretnej organizacji, na konkretnym stanowisku.

Tabela 12.4. Zróżnicowanie płci pod względem funkcjonowania społecznego w świetle wyników wybranych metaanaliz

Zmienna	d	Liczba badań/prób	Źródło
zwierzanie się			
wszystkie warunki	-0,18	205	Dindia, Allen (1992)
osobom tej samej płci	-0,37	66	Dindia, Allen (1992)
osobom przeciwnej samej płci	-0,13	66	Dindia, Allen (1992)
kommunikacja niewerbalna			
umiejętności dekodowania sygnałów	-0,43	64	Hali (1984)
umiejętności wyrażania	-0,52	35	Hali (1984)
uśmiech społeczny	-0,42	15	Hali, Halberstadt (1986)
patrzenie na innych	-0,69	30	Hali, Halberstadt (1986)
inicjowanie dotyku	-0,09	6	Stier, Hali (1984)
odbieranie dotyku	0,02	5	Stier, Hali (1984)
konformizm			
wszystkie sytuacje	-0,26	148	Eagly, Carli (1981)
nacisk grupy	-0,32	46	Eagly, Carli (1981)
perswazja	-0,16	33	Eagly, Carli (1981)
inne rodzaje nacisku	-0,28	11	Eagly, Carli (1981)
prospolecznosc			
zachowania pomocne	0,34	99	Eagly, Crowley (1986)
agresja			
ogółem, dzieci i młodzież	0,50	69	Hyde (1984)
fizyczna, dzieci i młodzież	0,60	26	Hyde (1984)
werbalna, dzieci i młodzież	0,43	6	Hyde (1984)
ogółem, dorośli	0,29	50	Eagly, Steffen (1986)
agresja fizyczna	0,40	30	Eagly, Steffen (1986)
agresja psychiczna	0,18	20	Eagly, Steffen (1986)
bez prowokacji	0,33	50	Bettencourt, Miller (1996)
z prowokacją ogółem	0,17	57	Bettencourt, Miller (1996)
z prowokacją - zniewaga	-0,13	16	Bettencourt, Miller (1996)
z prowokacją - atak fizyczny	0,12	13	Bettencourt, Miller (1996)
z prowokacją - frustracja	0,24	15	Bettencourt, Miller (1996)
z prowokacją - ujemna ocena inteligencji	0,55	8	Bettencourt, Miller (1996)
zachowania kierownicze			
przejmowanie kierownictwa w ogóle	0,32	74	Eagly, Karau (1991)
przejmowanie kierownictwa zadaniowego	0,41	34	Eagly, Karau (1991)
przejmowanie kierownictwa społecznego	-0,18	15	Eagly, Karau (1991)
skuteczność w roli kierownika	-0,02	76	Eagly i in. (1995)
ocena podwładnych	0,06	147	Eagly i in. (1992)

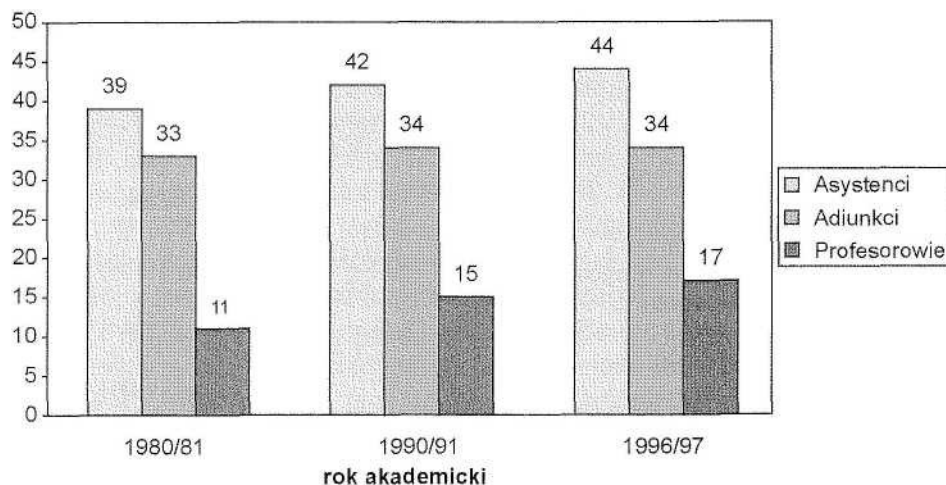
Uwaga: dodatnie wartości *d* oznaczają przewagę mężczyzn, wartości ujemne - przewagę kobiet; *d* = 0,20 różnica mała; *d* = 0,50 różnica umiarkowana; *d* = 0,80 różnica duża.

Inne metaanalizy przytoczone w tabeli 12.4 świadczą o tym, że kobiety i mężczyźni sprawujący funkcje kierownicze nie różnią się ani obiektywnymi wskaźnikami skuteczności swych działań, ani ocenami, jakie uzyskują od podwładnych (por. *ZŻYCIA 12.a*).

Ogólnie rzecz biorąc, różnice dotyczące kierowniczych funkcji kobiet i mężczyzn jawią się w świetle metaanaliz jako małe lub umiarkowane. Jednak podobnie jak w przypadku agresji, różnice te dramatycznie rosną wraz z powagą sprawy. Niemalże we wszystkich rzeczywistych organizacjach, nawet tych najbardziej sfeminizowanych, jak szkolnictwo, nieproporcjonalnie wiele stanowisk kierowniczych zajmują mężczyźni, a dysproporcja rośnie wraz z poziomem stanowiska. Dobrą tego ilustracją jest światek akademicki, wyraźnie zhierarchizowany na asystentów (zwykle magistrów), adiunktów (zwykle doktorów) i profesorów. Jak pokazuje rysunek 12.4, już na poziomie asystentów kobiety są niedoreprezentowane - w populacji generalnej jest ich nieco więcej niż 50%, zaś w populacji asystentów tylko nieco ponad 40%. Ponieważ zawód naukowca cieszy się wysokim prestiżem społecznym, jest to przejawem innej prawidłowości, że odsetek kobiet w danym zawodzie jest odwrotnie proporcjonalny do jego prestiżu. Dysproporcja płci wyraźnie rośnie na poziomie adiunkta, osiągając apogeum na poziomie profesora. Jak pokazuje rysunek 12.4, różnice te są raczej niezależne od ustroju społeczno-politycznego (pierwsza trójka słupków odnosi się do realnego socjalizmu, ostatnia do kapitalizmu), a zmiany w czasie są niezmiernie powolne.

Rysunek 12.4. Odsetki kobiet zajmujących różne pozycje w hierarchii akademickiej w Polsce w różnych latach ostatniego dwudziestolecia

Odsetek kobiet wśród polskich nauczycieli akademickich na różnych stopniach hierarchii zawodowej



Źródło: Mały Rocznik Statystyczny (1998).

Tak więc im wyższa jest dana pozycja społeczna, tym częściej okupują ją mężczyźni. W całym ubiegłym wieku najwyższe stanowisko w państwie zajmowała w Polsce tylko jedna kobieta (premier Hanna Suchocka przez kilkanaście miesięcy). W polskim parlamencie u progu bieżącego wieku tylko ok. 13% miejsc zajmowały kobiety. Mężczyzn było więc siedmiokrotnie więcej, co oznacza różnicę na pewno większą niż w przytoczonych metaanalizach dotyczących osiągania takich pozycji kierowniczych, które zapewniają dostęp do mniejszej ilości konfitur. Takie ogromne dysproporcje płci wśród ministrów, parlamentarzystów czy menedżerów najwyższego szczebla są regułą w większości krajów i przez większą część ich dziejów (wyjątkiem są współczesne kraje skandynawskie, gdzie odsetek kobiet w parlamencie przekracza 30% - Hofstede i in., 1998).

12.2.5. Zachowania i relacje heteroseksualne

Dziedzina, w której obserwuje się stosunkowo duże różnice płci są także zachowania i upodobania kierowane na płęć przeciwną i związane z życiem seksualnym. Jak wskazują wyniki zamieszczone w tabeli 12.5, mężczyźni cechują się ogólnie większą permissywnością w sprawach seksualnych - silniej akceptują seks przed- i pozamałżeński, a różnica jest szczególnie duża w odniesieniu do akceptacji seksu przelotnego bez zaangażowania emocjonalnego partnerów ($d = 0,81$). Nawet po dwójny standard (silniejsza dezaprobatą dla pozamałżeńskiego seksu kobiet niż mężczyzn) jest słabiej zaznaczony u mężczyzn niż u kobiet, choć sądzić by można, że będzie odwrotnie, jako że podwójny standard bardziej broni interesów zdradzanych mężczyzn. Nie stwierdzono różnic płci w ogólnej satysfakcji z pożycia seksualnego (w aktualnym związku, bądź w ogóle), choć u kobiet seks nieco silniej wiąże się z lękiem i poczuciem winy. Wreszcie mężczyźni umiarkowanie częściej deklarują, że bardziej by ich zabolęła seksualna niż emocjonalna zdrada partnerki, a deklaracje kobiet układają się odwrotnie. Tylko ten ostatni wynik opiera się na próbach mających międzynarodowy charakter (8 krajów); badani z trzech próbek polskich zachowywali się podobnie do liczbowo dominujących w tej metaanalizie Amerykanów. Pozostałe wnioski opierają się na badaniach jedynie prób amerykańskich. Jednak wiele danych sugeruje, że Amerykanie nie są pod analizowanym tu względem żadnym wyjątkiem w porównaniu z innymi narodami (Buss, 1996; 2001).

Raczej małe, choć konsekwentne różnice zaobserwowano w aktywności seksualnej: mężczyźni wcześniej rozpoczynają życie, mają większą liczbę partnerek i odbywają więcej stosunków. Powstaje oczywiście pytanie z kim je odbywają, skoro kobiety deklarują, że zaczynają później i robią to rzadziej (ta metaanaliza ograniczała się do aktów heteroseksualnych). Po części różnica ta może wynikać z pochlebnych dla własnej osoby deklaracji, co oznacza w naszym kręgu kulturowym powściągliwość u kobiet, a jej brak

u mężczyzn. Po części może jednak wynikać z prostytucji - niewielkiego odsetka promiskuitycznych kobiet odbywających stosunki ze znacznie większym odsetkiem mężczyzn. Uderzające, że największa różnica płci pod względem aktywności seksualnej dotyczy... masturbacji (mierzona odsetkiem osób, które się do niej przynaję).

Wiele różnic zarówno w postawach, jak i w deklarowanej aktywności seksualnej wyraźnie maleje jako funkcja daty badania - im bliżej chwili obecnej, tym bardziej kobiety i mężczyźni stają się do siebie podobni. Dotyczy to w szczególności akceptacji seksu przedmałżeńskiego gdy part-

Tabela 12.5. Zróźnicowanie płci pod względem zachowań i relacji heteroseksualnych w świetle wyników wybranych metaanaliz

Zmienna	d	Liczba badań/prób	Źródło
postawy wobec seksu			
seks przedmałżeński przelotny	0,81	10	Oliver, Hyde (1993)
seks przedmałżeński z uczuciami	0,49	10	Oliver, Hyde (1993)
seks przedmałżeński narzeczonych	0,43	5	Oliver, Hyde (1993)
seks poza małżeństwem	0,29	17	Oliver, Hyde (1993)
permisywność w sprawach seksu	0,57	39	Oliver, Hyde (1993)
podwójny standard	-0,29	7	Oliver, Hyde (1993)
lęk, strach, poczucie winy	-0,35	11	Oliver, Hyde (1993)
zadowolenie z pożycia	-0,06	15	Oliver, Hyde (1993)
silniejsza zazdrość o seks niż uczucia	0,58	24	Wojciszke, Baryła (2001 b)
zachowania seksualne			
odsetek odbywających stosunki	0,33	135	Oliver, Hyde (1993)
częstość stosunków	0,31	11	Oliver, Hyde (1993)
liczba partnerów seksualnych	0,25	12	Oliver, Hyde (1993)
odsetek z doświadczeń			
homoseksualnych	0,33	19	Oliver, Hyde (1993)
liczba partnerów seksualnych	0,25	12	Oliver, Hyde (1993)
wiek inicjacji seksualnej	0,38	8	Oliver, Hyde (1993)
odsetek masturbujących się	0,96	26	Oliver, Hyde (1993)
cechy preferowane u partnera			
pozycja społeczno-ekonomiczna	-0,69	15	Feingold (1992b)
pozycja - ogłoszenia matrymonialne	-0,57	8	Feingold(1992b)
pozycja społeczno-ekonomiczna	-0,73	33	Buss (1989)
dobre perspektywy finansowe	-0,80	33	Buss (1989)
ambicja	-0,67	10	Feingold (1992b)
ambicja i pracowitość	-0,40	33	Buss (1989)
inteligencja	-0,30	15	Feingold (1992b)
atrakcyjność fizyczna	0,53	8	Feingold (1990)
atrakcyjność fizyczna	0,61	33	Buss (1989)

Uwaga: dodatnie wartości *d* oznaczają przewagę mężczyzn, wartości ujemne - przewagę kobiet; *d* = 0,20 różnica mała; *d* = 0,50 różnica umiarkowana; *d* = 0,80 różnica duża.

nerów łączy zaangażowanie emocjonalne, podwójnego standardu oraz częstotści stosunków i masturbacji.

Bardzo wyraźne są także różnice w upodobaniach kierowanych na płęć przeciwną. Kobiety znacznie silniej i częściej niż mężczyźni poszukują kandydatów do małżeństwa, którzy cechowałiby się albo okazałymi zasobami materialnymi (wysoka pozycja społeczna, dobre perspektywy finansowe), albo przymiotami gwarantującymi ich nabycie w przyszłości (inteligencja, ambicja i pracowitość). Mężczyźni natomiast znacznie bardziej niż kobiety cenią sobie atrakcyjność fizyczną, młodość, dziewictwo, a także... gospodarność i umiejętność gotowania. Różnice te są stosunkowo duże i uzyskiwane za pomocą zróżnicowanych metod - badania kwestionariuszowe, analiza ogłoszeń matrymonialnych (por. rys. 1.1), a nawet analiza literatury pięknej (w tym także *harlequinów*, jeżeli można je do niej zaliczyć). Co więcej, mają one też charakter ponadkulturowy - wszystkie ujawniają się niemalże w każdej kulturze z 37 zbadanych przez Davida Bussa (1989; 1990) w projekcie obejmującym ponad 10 tysięcy osób badanych (w tym i Polaków).

Oczywiście, mężczyźni i kobiety wcale nie różnią się wszystkimi możliwymi upodobaniami kierowanymi na płęć przeciwną. Pięcioma w ogóle najważniejszymi wymaganiami kierowanymi na partnera seksualnego były w badaniach Bussa: (1) wzajemna miłość i zafascynowanie; (2) niezawodność; (3) dojrzałość i zrównoważenie emocjonalne; (4) miłe usposobienie i (5) dobre zdrowie. Mężczyźni i kobiety tylko nieznacznie różnili się preferencjami w zakresie tych najważniejszych przymiotów partnera.

12.2.6. Różnice między kobietami i mężczyznami - konkluzje

Choć samo pytanie „kto jest bardziej agresywny (uzdolniony matematycznie, aktywny, asertywny itd.) - kobiety czy mężczyźni?” jest zwoadniczo proste; odpowiedź, jaką niosą wyniki obiektywnych, naukowych badań nie może być równie prosta, jeśli ma być przy tym rzetelna i pełna. Odpowiedź „mężczyźni są umiarkowanie bardziej agresywni od kobiet” nie jest co prawda zupełnie fałszywa, ale na pewno byłaby myląca, ponieważ nie uwzględnia faktu, iż różnica ta dotyczy głównie agresji fizycznej, głównie kierowanej na mężczyzn, że znacznie rośnie przy poważnych formach przemocy, a maleje w warunkach prowokacji itd. Podobnie odpowiedź, że mężczyźni są nieco bardziej uzdolnieni matematycznie nie uwzględnia faktu, iż na poziomie szkoły podstawowej dziewczynki są lepsze od chłopców, ani faktu, że duża przewaga mężczyzn pojawia się wśród bardziej uzdolnionej młodzieży i dorosłych itd.

Odpowiedzi na pytania o różnice płci nie są więc proste, co nie znaczy, że ich nie ma. Przeciwnie, podsumowane tu dane (na pewno nie wszystkie, ale na pewno reprezentatywne dla aktualnego stanu badań) przekonują o powtarzalności, a czasami także o dużym zakresie różnic między kobietami

i mężczyznami. Dość dobrze wiadomo, w jakich dziedzinach takie różnice się pojawiają, a w jakich nie. Dobrze byłoby też wyjaśnić dlaczego. Zadanie to jest jednak znacznie trudniejsze od samej diagnozy różnic.

12.3. TEORIE WYJAŚNIAJĄCE ZRÓŻNICOWANIE PŁCI

Psychologia, socjologia, antropologia i biologia sformułowały wiele wyjaśnień różnic między płciami, nierzadko dość fantastycznych i spekulatywnych. Jednak teorie dysponujące znacznie większym poparciem empirycznym formułowanych tez są niezbyt liczne i można podzielić je na trzy grupy: koncepcje zróżnicowanej socjalizacji kobiet i mężczyzn, koncepcje ewolucjonistyczne i koncepcje strukturalno-społeczne.

12.3.1. Koncepcje zróżnicowanej socjalizacji kobiet i mężczyzn

Socjalizacja jest procesem nabywania tożsamości i wartości, przekonań i postaw oraz reguł przeżywania świata i zachowania, dzięki którym jednostka może skutecznie funkcjonować jako członek danego społeczeństwa. Choć człowiek nie przychodzi na świat jako *tabula rasa* (niezapisana tabliczka), jak kiedyś sądzono, a liczba niewymagających uczenia się umiejętności ludzkiego niemowlęcia jest zadziwiająco duża (Pinker, 1997), nie ulega wątpliwości, że socjalizacja to istota stawania się człowiekiem. Socjalizacja jest zawsze akulturacją, a więc procesem wrastania w określoną kulturę - w jej język, instytucje społeczne, wartości, wierzenia i rozliczne normy nakazujące robienie pewnych rzeczy, a zakazujące wielu innych. Przede wszystkim zaś socjalizacja oznacza nabywanie pewnych kategorii umysłowych, przez które - niczym przez okulary - patrzymy na świat, choć rzadko przyglądamy się samym kategoriom.

Sandra Lipsitz Bem (2000) przekonuje w swojej głośnej książce o pryzmatach rodzaju (czyli płci pojmowanej jako efekt kultury, a nie biologii), że współczesne społeczeństwo uczy patrzenia na płęć przez pryzmat androcentryzmu, polaryzacji rodzajów i esencjalizmu biologicznego. Androcentryzm to stawianie męskiego doświadczenia w centrum kultury. Oznacza nie tylko wyższe wartościowanie mężczyzn, uważanie tego, co robią za lepsze, a ich samych za naturalnych przywódców i właścicieli świata, ale także utożsamienie człowieka z mężczyzną. Męskie doświadczenie stanowi miarę bycia człowiekiem, ogólną normę i wzorzec, zaś doświadczenie kobiece to odstępstwo od tego pożądanego wzorca. Normalny pracownik to taki, który nie zachodzi w ciążę i nie bierze urlopów na choroby dzieci, nawet normalny Rosjanin czy Żyd, to rosyjski czy żydowski mężczyzna, jako że stereotypy narodowości w większym stopniu odnoszą się do mężczyzn niż kobiet (Eagly, Kite, 1987). Polaryzacja rodzaju to traktowanie męskości--kobiecości jako przeciwstawnych biegunów tego samego wymiaru, przy

uznawaniu samego wymiaru za kluczową własność ludzkiej osobowości, i to w dodatku bardzo szeroko pojmowaną, tak że obejmuje sposób postępowania w kontaktach z ludźmi, zainteresowania i uzdolnienia, zabawy i wybory zawodowe, funkcje spełniane w rodzinie i w szerszej społeczności, sposób ubierania się i preferencje seksualne itd. Tak więc jednostka może być w naszym społeczeństwie tylko albo kobietą, albo mężczyzną (innych akceptowanych możliwości nie ma), to zaś wyznacza treść, a przynajmniej sposób robienia niemalże wszystkiego, co człowiek w życiu czyni. Wreszcie *esencjalizm biologiczny* to głęboko zakorzeniona wiara w naturalność różnic między płciami. Niczym różnice między psem a gęsią, widziane są one jako nieuchronne, gdyż uwarunkowane biologiczną strukturą ciała i wrodzonymi predyspozycjami (odmienność organizacji mózgu, gospodarki hormonalnej itd.). Sprzyja temu historyczna i geograficzna uniwersalność pewnych różnic (wszędzie tylko kobiety rodzą dzieci, a tylko mężczyźni prowadzą wojny), a powszechność innych, np. prawie we wszystkich znanych kulturach to kobiety zajmują się dziećmi, a mężczyźni dzierżą władzę.

Skuteczna akulturacją dziecka prowadzi do przejęcia wszystkich tych pryzmatów płci i stania się żywym dowodem ich prawdziwości na mocy socjalizacyjnych zabiegów społeczeństwa - z jednej strony, oraz wykształcania przez dziecko własnej tożsamości - z drugiej strony. Ponieważ oba te mechanizmy są silnie nacechowane płciowo, niczym szczęki imadła skutecznie przytrzymują człowieka w jego płci przez całe życie.

Socjalizacja kobiet i mężczyzn przebiega odmiennie od pierwszego do ostatniego dnia życia - noworodki ubierane są na różowo lub niebiesko w zależności od płci, a nekrologi podkreślają odmienne zalety zmarłych kobiet i mężczyzn. W zależności od płci dzieci są inaczej ubierane i czesane, dostają inne zabawki, za c, o innego są karcone, a do czego innego zachęcane. Bajki i czytanki szkolne przekazują odmienne wzorce bycia chłopcem (aktywny, przedsiębiorczy, silny, odważny, bitny, opanowany) i dziewczynką (uczuciowa, bierna, miła, wrażliwa na innych i skromna), co w niezliczonych odmianach powielają powieści, pisma ilustrowane, filmy, reklamy, o czym przekonuje zarówno potoczna obserwacja, jak i liczne badania empiryczne (por. Mandal, 2000; Miluska, 1996; Siemieńska 1997, 2000; Strykowska, 1992). Według Bem, socjalizacja kobiet i mężczyzn jest jednym wielkim samosprawdzającym się proroctwem na temat odmienności płci, tak wszechdobrym i silnym, że nie sposób rozstrzygnąć, jacy mężczyźni i kobiety byliby, gdyby nie wszechogarniające pryzmaty płci.

Nacechowany płciowo jest także proces nabywania indywidualnej *tożsamości* przez człowieka. Każde dziecko (podobnie jak dorosły) potrzebuje więzi i aprobaty społecznej otrzymywanej za to, że jest „dobre”. W spolaryzowanym płciowo społeczeństwie może ono być tylko dobrym chłopcem lub dobrą dziewczynką, zatem w poszukiwaniu własnej tożsamości i aprobaty otoczenia, dziecko utożsamia się z powszechnie propagowanym

wzorcem płci, a odrzuca cechy drugiej płci, co nazywane jest *stypizacją rodzaju* (*gender typing*). Zaczyna więc zachowywać się w sposób uznawany za właściwy dla chłopców lub dziewczynek, w istocie utożsamiając płeć ze społecznie przyjętym sposobem zachowania. Aż 80% dwulatków potrafi zidentyfikować płeć na podstawie typowego uczesania czy ubrania, ale mniej niż połowa jest w stanie rozpoznać płeć nagiego dwulatka (Bem, 2000). Deficytową cechą płci są więc nie genitalia, ale artefakty kulturowe, a same dzieci są najpilniejszymi strażnikami strzegącymi płciowego nacechowania zachowań rówieśników. Dobrą tego ilustracją jest przytaczana przez Bem anegdota z życia jej syna, wychowywanego w sposób „rodzajowo neutralny”. Pewnego razu wybrał się do przedszkola ze spinką we włosach, wywołując oburzenie kolegów, twierdzących, że jest babą, bo tylko dziewczynki noszą spinki. Zdesperowany malec ściągnął w końcu spodenki, pokazując dowód, że jest chłopcem, na co usłyszał od kolegów, „Eee tam, ptaszka to mają wszyscy, ale tylko dziewczynki noszą spinki”.

Wbrew kulturowej polaryzacji płci, męskość i kobiecość nie są przeciwstawnymi biegunami tego samego wymiaru; w rzeczywistości są to dwa odrębne wymiary logicznie od siebie niezależne, jako że każdy z nich dotyczy innych treści. Męskość dotyczy funkcjonowania zadaniowego, sprawności i asertywności, zaś kobiecość dotyczy funkcjonowania społeczno-emocjonalnego - ekspresji emocji, zainteresowania innymi i wrażliwości na ich potrzeby. Bem (1974) skonstruowała niezależne skale męskości i kobiecości mierzące utożsamianie się człowieka z cechami stereotypowo męskimi i kobiecymi. Badania za pomocą tych skal wykazały, że wyniki obu skal są od siebie niezależne i nie muszą się pokrywać z płcią biologiczną. Dzięki temu można wyodrębnić osoby stypizowane jako męskie (wysoki wynik w skali męskości, niski w skali kobiecości), stypizowane jako kobiece (wysoka kobiecość, niska męskość), niestypizowane rodzajowo czyli niezróżnicowane (niska męskość, niska kobiecość) i wreszcie osoby androgyniczne (wysoka męskość, wysoka kobiecość). *Androgynia*, czyli równoczesne utożsamianie się człowieka z cechami zarówno męskimi, jak i kobiecymi, wydawała się Bem najbardziej pożądanym, bo wszechstronnym i niezamykającym żadnej drogi rodzajem tożsamości. Jednak badania empiryczne nie potwierdzają jednoznacznie tezy, iż osoby androgyniczne funkcjonują najlepiej i wiodą najbardziej satysfakcjonujące życie.

12.3.2. Koncepcje ewolucjonistyczne

Koncepcje w rodzaju przytoczonej poprzednio przekonują, iż płeć jest arbitralnym konstruktem kultury. Ludzkie kultury niezmiennie się różnią pod względem obyczajów i wierzeń, sposobów odżywiania się i ubierania, podziału władzy i dóbr, a na tle tej oszałamiającej różnorodności zróżnicowanie płci zdaje się być niewielkie. Różnice płci monotonnie powtarzają się w bardzo

odmiennych społecznościach i nawet stereotypy męskości i kobiecości mają wyraźnie ponadkulturowy charakter. Skłania to do rozważenia biologicznego uwarunkowania różnic między kobietami i mężczyznami. Z ewolucyjnego punktu widzenia należałoby oczekiwać różnic płci o tyle, o ile kobiety i mężczyźni poddani byli w przeszłości odmiennym naciskom selekcyjnym - mieli do rozwiązania odmienne problemy adaptacyjne. Choć większość problemów adaptacyjnych była w ewolucyjnej przeszłości identyczna dla obu płci, pewne różnice mogły dotyczyć przynajmniej dwóch dziedzin: podziału pracy między kobiety i mężczyzn oraz wyborów heteroseksualnych.

Najprawdopodobniej gatunek nasz wyewoluował, prowadząc zbieracko-łowicki tryb życia na afrykańskich sawannach. Wśród nielicznych społeczeństw zbieracko-łowickich, jakie dotrwały do naszych czasów zauważa się charakterystyczny podział pracy: myślistwem zajmują się niemal wyłącznie mężczyźni, zbieractwem - niemal wyłącznie kobiety (Tooby, DeVore, 1987). Przytaczane uprzednio zadziwiająco duże różnice w zakresie motoryki, szczególnie rzutów małym obiektem, można wyjaśniać jako skutek przystosowania się mężczyzn do zadań myśliwego. Sprawny myśliwy to taki, który rzucał daleko i celnie. Sprawny myśliwy miał też większe szanse na sukces reprodukcyjny - doczekanie liczniejszego potomstwa i rozpropagowania w przyszłych pokoleniach swoich genów (wraz z warunkowanymi przez nie zdolnościami motorycznymi). Podobnie można wyjaśniać wspomniane różnice w zdolnościach przestrzennych - sprawny myśliwy to taki, który rzuca w zająca w taki sposób, by kamień trafił tam, gdzie zając będzie w momencie uderzenia, a nie wyrzucenia kamienia. Innymi słowy, dobry myśliwy potrafi przewidywać rotacje obiektów w przestrzeni trójwymiarowej - umiejętność, w której mężczyźni wyraźnie górują nad kobietami. Ta „taka sobie bajeczka” (by posłużyć się frazą Kiplinga) brzmiałaby nieco mniej fantastycznie, gdyby okazało się, że pewne zdolności przestrzenne, te mia nowicie, które bardziej były potrzebne osobie trudniącej się zbieractwem, okazały się bardziej rozwinięte u kobiet. Istotnie, SiWerman i Eals (1992) wykazali, że tak przydatna zbieraczowi umiejętność, jak pamięć lokalizacji małych obiektów, jest znacznie lepsza u kobiet niż u mężczyzn. Np. osoby oczekujące na udział „we właściwym badaniu” w innym pokoju prosiły o wejściu do laboratorium o przypomnienie sobie rozmieszczenia znajdujących się w tamtym pokoju obiektów. Okazało się, że kobiety były w stanie przypomnieć sobie lokalizację aż 12 obiektów, zaś mężczyźni zaledwie 7. W pewnych dziedzinach nieco inne zdolności polepszały przystosowanie kobiet i mężczyzn, tak więc zróżnicowanie tych zdolności do dziś się utrzymuje, choć straciły one swoje niegdyś większe znaczenie.

Jednakże już Karol Darwin zauważył, że pewne cechy morfologiczne utrwalają się w organizmach i są dziedziczone, choć stanowią wyraźną przeszkodę w adaptacji, jak to jest w przypadku okazałych jelenich rogów czy potężnego pawiego ogona - obie te cechy utrudniają poruszanie się

i ucieczkę przed drapieżcami. Obserwacje tego rodzaju skłoniły Darwina do sformułowania teorii doboru płciowego, która zakłada dziedziczenie i utrwalanie się cech podnoszących szansę sukcesu reprodukcyjnego dzięki temu, że są wybierane przez osobników płci przeciwnej, bądź pozwalają zwyciężyć w rywalizacji z własną płcią o dostęp do płci przeciwnej. To właśnie mechanizm rywalizacji wewnątrzpłciowej jest powodem, dla którego u jeleni wykształciły się wielkie poroża służące wyłącznie pokonaniu innych samców w walce o łanie. Zaś mechanizm preferencji m i ę - d z y p ł c i o w e j jest powodem, dla którego u pawy wykształciły się wielkie ogony - samice pawy chętniej parzą się z osobnikami o dużych ogonach, wskutek czego pawie o mniejszych ogonach częściej schodzą ze świata bezpotomnie. W sto lat po Darwinie Robert Trivers (1972) sformułował teorię nakładów rodzicielskich, zakładając występowanie dwóch prawidłowości w zachowaniu gatunków cechujących się asymetrią nakładów rodzicielskich osobników różnych płci (np. u ssaków samice z reguły ponoszą znacznie większe niż samce nakłady związane z ciążą, laktacją i opieką nad potomstwem). Po pierwsze, ponoszące większe nakłady samice są bardziej selektywne w wyborze partnera. Po drugie, ponoszące mniejsze nakłady samce silniej rywalizują między sobą o seksualny dostęp do płci przeciwnej.

Na podstawie tych dwóch teorii oraz założenia, że ludzie angażują się w związki nie tylko trwałe, ale i przelotne, David Buss i David Schmitt (1993) sformułowali teorię strategii seksualnych wyjaśniającą, dlaczego dobierając się w pary, kobiety czego innego chcą od mężczyzn niż mężczyźni chcą od kobiet. Kluczem jest założenie, iż każda z płci, wybierając partnera - na krótko bądź na długo - ma do rozwiązania odmienne własne problemy związane z sukcesem reprodukcyjnym i stąd czego innego szuka u płci przeciwnej, a także co innego stara się zaoferować w celu zwabienia partnera. Kluczowe problemy obu płci w obu rodzajach związków przedstawia tabela 12.6.

Największe różnice między płciami dotyczą wyboru partnera krótkoterminowego, gdyż w tym wypadku najsilniej zaznacza się asymetria nakładów rodzicielskich, natomiast w związkach długoterminowych asymetria maleje wskutek wzrostu nakładów mężczyzny (Kenrick i in., 1990). Zważywszy nikłe nakłady mężczyzny w związkach przelotnych, strategią maksymalizującą jego sukces reprodukcyjny są kontakty z licznymi partnerkami o łatwym dostępie seksualnym. Bardzo duża liczba danych świadczy o tym, że w porównaniu z kobietami, mężczyźni: (1) silniej pragną przelotnych kontaktów seksualnych, (2) pragną większej liczby partnerek, (3) chcą kontaktu seksualnego po krótszym okresie znajomości i bardziej natarczywie domagają się takiego kontaktu, (4) dostrzegają zachętę i podtekst seksualny w przyjacielskich kontaktach z płcią przeciwną uważanych przez kobiety za erotycznie neutralne, (5) bardziej obniżają stawiane partnerce wymagania, (6) preferują

Tabela 12.6. Problemy związane z wyborem partnera związku krótko- i długoterminowego przez mężczyzn i kobiety

	Mężczyźni	Kobiety
krótkoterminowy	1) pozyskanie licznych partnerek 2) rozpoznanie partnerek seksualnie dostępnych 3) minimalizacja kosztów, ryzyka i zaangażowania 4) pozyskanie partnerek płodnych	1) natychmiastowy dostęp do zasobów partnera 2) ocena przydatności partnera do związku trwałego 3) pozyskanie genów dobrej jakości 4) zmiana/pozbycie się partnera
długoterminowy	1) maksymalizacja pewności ojcostwa 2) pozyskanie partnerki o wysokiej wartości reprodukcyjnej 3) utrzymanie zaangażowania 4) pozyskanie partnerki o umiejętnościach rodzicielskich 5) pozyskanie partnerki o genach dobrej jakości	1) pozyskanie partnera posiadającego zasoby lub szansę ich zdobycia 2) rozpoznanie skłonności mężczyzny do inwestowania zasobów 3) pozyskanie ochrony fizycznej 4) utrzymanie zaangażowania 5) pozyskanie partnera o umiejętnościach rodzicielskich 6) pozyskanie partnera o genach dobrej jakości

Źródło: Buss, Schmitt (1993, z modyfikacjami).

u kobiet cechy znamionujące dostępność seksualną, a unikają cech znamionujących niedostępność, (7) unikają zaangażowania emocjonalnego, (8) pożądamy partnerek młodych i atrakcyjnych fizycznie, które to cechy są świadectwem płodności kobiety (Buss, 2001; Feingold, 1992b).

W wypadku związku długoterminowego preferencje mężczyzn są częściowo odmienne i bardziej zbliżone do kobiecych, gdyż w takim związku również mężczyźni ponoszą wysokie nakłady rodzicielskie. Jednak istotne różnice płci dotyczą przynajmniej dwóch kwestii.

Pierwsza to p r o b l e m p e w n o ś c i o j c o s t w a - ukryta owulacja i wewnątrzustrojowy charakter zapłodnienia u ludzi sprawia, że choć macierzyństwo jest sprawą całkowicie pewną, ojcostwo pozostaje jedynie bardziej lub mniej prawdopodobnym domniemaniem. Pozwala to przewidywać, że mężczyźni wykształcili mechanizmy zabezpieczające ich przed ryzykiem inwestycji rodzicielskich w cudze potomstwo, co z biologicznego punktu widzenia jest katastrofą - oznacza nie tylko porażkę reprodukcyjną, ale w dodatku wspieranie genów rywali. Większość kultur świata zna instytucję strzeżenia dostępu seksualnego do kobiet - przyzwoitki, czadory, zamykanie w domostwach lub specjalnych miejscach, jak haremy. Jednak nie ma chyba ani jednej, która bardziej strzegłaby dostępu do mężczyzn niż do kobiet. W większości kultur objętych wspomnianymi już międzynarodowymi bada-

niami Bussa (1990) mężczyźni bardziej niż kobiety pożądamy dziewictwa, a w wielu kulturach dziewictwo kobiety pozostaje do dziś niezbędnym warunkiem małżeństwa. Wreszcie w licznych i zróżnicowanych kulturach mężczyźni deklarują większą niż kobiety zazdrość o seks (Wojciszke, Baryła, 2001b), a jak wskazuje ramka *Z ŻYCIA 12.b*, częściej niż kobiety uważają zdradę seksualną za wystarczający powód do zerwania.

Kwestia druga to problem wartości reprodukcyjnej partnera mierzonej liczbą możliwego jego potomstwa. Z oczywistych względów biologicznych, wartość reprodukcyjna jest nieporównanie bardziej uzależniona od wieku kobiety niż mężczyzny. Tym można wyjaśniać ponadkulturowy fakt, iż mężczyźni pożądamy młodszych od siebie partnerek, a im są starsi, tym większa jest preferowana różnica wieku (Kenrick, Keefe, 1992). Jeżeli urodę uznać za wskaźnik wartości reprodukcyjnej, to podobnie można wyjaśniać również uniwersalnie silniejsze zainteresowanie mężczyzn urodą kobiet niż odwrotnie.

Co prawda mężczyźni silniej dążą do przelotnych kontaktów seksualnych niż kobiety, ale oczywiste jest, że gdyby te ostatnie w ogóle ich unikały, to związki takie musiałyby zaniknąć. Niewątpliwie kobiety dążą do nich dyskretniej (reputacja rozwiązłości seksualnej bardzo skutecznie odstrasza od kobiety potencjalnych partnerów długoterminowych) i w innym celu. Wzrost liczby partnerów nie zwiększa liczby potencjalnego potomstwa kobiety, ale zwiększa szansę jej dostępu do zasobów materialnych, najczęściej poszukiwanych w kontaktach przelotnych, jak to wykazała np. analiza ogłoszeń matrymonialnych przedstawiona w ramce *Z ŻYCIA 1a*. W kontaktach przelotnych kobiety przejawiają też swoisty syndrom „natychmiastowego wydobycia zasobów” - silnie (i silniej niż u partnerów stałych) cenią rozrzutny tryb życia i dawanie prezentów, a najbardziej mierzi je skąpstwo (Buss, Schmitt, 1993). W wypadku zdrady małżeńskiej celem kobiety może też być zdobycie genów lepszej jakości, o czym może świadczyć fakt, że kochankowie mają z reguły wyższy status społeczny niż mężowie, a do zbliżeń z tymi pierwszymi częściej dochodzi w okresie bliskim owulacji, kiedy szansa zapłodnienia jest największa (Baker, Bellis, 1995). Związki przelotne służą też kobietom do sprawdzania mężczyzny jako kandydata na stałego partnera, za czym przemawia np. fakt znacznie mniejszego obniżania wymagań stawianych drugiej stronie przez kobiety niż przez mężczyzn angażujących się w związki przelotne (Kenrick i in., 1993).

Również preferencje kobiet co do partnera związku długoterminowego można wyjaśniać jako rozwiązanie ich specyficznych problemów adaptacyjnych. Niemal we wszystkich badanych kulturach kobiety zdecydowanie bardziej niż mężczyźni pożądamy zasobów materialnych i mocno z nimi związanego statusu. Stosunkowo często - i częściej niż mężczyźni - wychodzą za mąż powyżej własnej pozycji społecznej. W kulturach zarówno współczesnych, jak i przedprzemysłowych, większość zasobów materialnych

należy do starszych mężczyzn. Gdyby kobiety podążały wyłącznie za zasobami, musiałyby wychodzić za mężczyzn starszych od siebie o pokolenie, co jednak w ewolucyjnej przeszłości naszego gatunku było zapewne strategią ryzykowną. Np. obserwacje wenezuelskiego plemienia Yanomamo, podówczas nietkniętego współczesną cywilizacją, wskazują, że szansa przetrwania dzieci znacznie spada, jeżeli obumrze je własny ojciec zanim ukończą 14. rok życia (Chagnon, 1983). Kobiety stosują więc strategię mieszaną - z jednej strony wychodzą najczęściej za mężczyzn o kilka lat od siebie starszych, z drugiej strony silnie preferują takie cechy młodego mężczyzny, które gwarantują nabycie przezeń zasobów w przyszłości. Kobietom niemal wszędzie na świecie bardziej zależy na ambicji, inteligencji, energiczności i przedsiębiorczości mężczyzn, niż mężczyznom zależy na tych cechach u kobiet (Buss, 1990; 2001). Zasoby na niewiele się jednak zdadzą mężczyźnie, który je rozprasza, albo nie jest skłonny ich łożyć na rzecz partnerki i dzieci. Stąd kobiety bardziej niż mężczyźni cenią sobie takie cechy, jak niezawodność, zaangażowanie, dojrzałość i zrównoważenie (ibidem).

W ewolucyjnych analizach mężczyźni jawią się więc jako istoty opętane seksem, atrakcyjnością i młodością koniecznie licznych partnerek, które to przymioty niewiele obchodzą kobiety, z wyrachowaniem podążające za zasobami i pozycją społeczną mężczyzny. Do tego wzorca pasują też różnice w stosowanych przez obie płci taktykach wabienia partnerów i utrzymywania ich przy sobie, strategię zwalczania konkurencji własnej płci, a także różnice w powodach usprawiedliwiających rozwód kobiet i mężczyzn (por. Buss, 2001). Pamiętać jednak należy, że większość tych różnic jest umiarkowanej wielkości i że nie odnoszą się one do motywacji świadomych i zamierzonych. Widząc kobietę z wydatnym wcięciem w pasie, mężczyzna nie myśli „ta to ma wartość reprodukcyjną”, tylko widzi, że jest piękna. Kobieta, otrzymując kosztowny prezent od mężczyzny jeżdżącego srebrnym metalikiem (nieodczony atrybut męskości w *harlequinach*) nie myśli sobie „ten to ma zasoby”, lecz widzi, że jest bardzo męski. Patrząc na powabną gruszkę nie myślimy o ilości zawartych w niej węglowodanów - widzimy po prostu, że jest smaczna.

12.3.3. Koncepcja strukturalno-społeczna

Głównym argumentem na rzecz ewolucjonistycznego wyjaśniania różnic płci jest ponadkulturowy charakter wielu z nich sprawiający, że trudno je wyjaśnić wpływami kultury. Teoria strukturalno-społeczna próbuje wyjaśnić ową uniwersalność bez uciekania się do biologii, jako skutek odmiennego położenia kobiet i mężczyzn w strukturach społecznych, a w związku z tym - skutek odmienności ról pełnionych przez obie płci (Eagly, 1987; Eagly, Wood, 1999). W szczególności dwa rodzaje różnic w położeniu kobiet i mężczyzn zdają się ważne i uniwersalne - podział pracy i asymetria pozycji zajmowanych w hierarchii władzy.

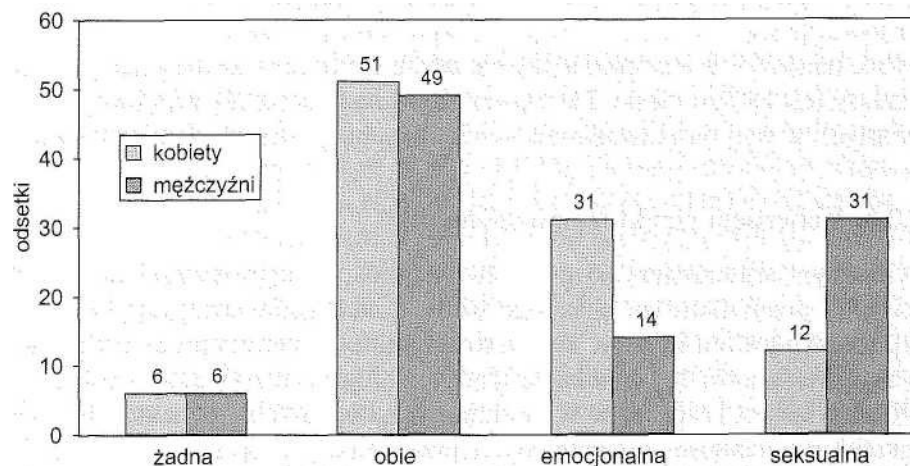
ZŻYCIA 12.b Mężczyźni, kobiety a zdrada seksualna i emocjonalna

Mężczyźni bardziej niż kobiety są zazdrośni o seks, kobiety bardziej niż mężczyźni są zazdrosne o uczucia. Donald Symons (1979) wywodzi pierwszą część tej hipotezy z niepewności ojcostwa i faktu, że seksualna zdrada stałego partnera jest bardziej kosztowna dla mężczyzny (który w jej następstwie inwestuje wysiłki rodzicielskie w nie swoje geny), niż kobiety (która nie inwestuje w wychowanie cudzego potomstwa nawet w przypadku zdrady). Zazdrość o seks jest w myśl tego wyjaśnienia adaptacją mężczyzn częściowo rozwiązującą problem pewności ojcostwa. Większa wrażliwość kobiet na zdradę emocjonalną wynika zaś z tego, że emocjonalne zaangażowanie mężczyzny jest dotkliwsze dla kobiet, gdyż zapowiada wycofanie przez mężczyznę zasobów łożonych na partnerkę (czego nie zapowiada sama zdrada seksualna). Zazdrość o uczucia jest w myśl tego wyjaśnienia adaptacją kobiet częściowo rozwiązującą problem utrzymania dostępu do zasobów partnera.

O tej różnicy płci świadczą, np. wyniki badania przedstawionego na rysunku 12.5. Uczestników poproszono o wyobrażenie sobie seksualnej i emocjonalnej zdrady partnera oraz odpowiedź na pytanie, która z nich stanowiłaby wystarczający powód do zerwania związku. Jak pokazuje rysunek, połowa kobiet i mężczyzn deklarowała, że oba rodzaje zdrady w jednakowym stopniu przyczyniłyby się do zerwania, a bardzo niewiele badanych uważało, że żaden rodzaj zdrady nie miałby takich następstw. Natomiast spośród pozostałych, wyraźnie więcej mężczyzn uważało zdradę seksualną za bardziej destruktywną, zaś więcej kobiet sądziło tak o zdradzie emocjonalnej.

Większą wrażliwość mężczyzn na zdradę seksualną, a kobiet na emocjonalną wyjaśniać można także jako skutek stereotypowych przekonań na temat niejednakowego znaczenia obu rodzajów zdrady. W powszechnym przekonaniu mężczyznom zawsze spieszo do seksu, więc sam seks nie oznacza jeszcze uczuć, jednak zdrada uczuciowa prowadzi do seksu. Kobiety natomiast angażują się w seks pod warunkiem związku uczuciowego, zaś uczucia nie muszą u nich prowadzić do seksu. Krótko mówiąc, u mężczyzn zdrada

Rysunek 12.5. Odsetki kobiet i mężczyzn w różny sposób odpowiadających na pytanie, która ze zdrad bardziej skłoniłaby ich do zerwania związku



Źródło: Wojciszke, Baryła (2001 b).

emocjonalna jest podwójna (bowiem z dużym prawdopodobieństwem prowadzi do seksualnej, choć nie na odwrót), zaś u kobiet takie podwójne znaczenie ma zdrada seksualna (bowiem z dużym prawdopodobieństwem prowadzi do emocjonalnej, choć nie na odwrót). DeSteno i Salovey (1996), twórcy tej hipotezy podwójnego znaczenia zdrady stwierdzili, że jeśli uwzględnić to zróżnicowanie poglądów na zdradę, to różnice płci w reakcjach na oba rodzaje zdrady zanikają. Jednak wyników tych nie udało się powtórzyć ani Bussowi i in. (1999), ani Wojciszke i Baryle (2001 b), zaś ci ostatni wykazali, że w różnych kulturach i kobiety, i mężczyźni uważają, że uczucia silniej prowadzą do seksu niż odwrotnie. Niejednakowe reakcje kobiet i mężczyzn na zdradę emocjonalną i seksualną można więc wyjaśniać albo ewolucyjnie (odmiennością adaptacyjnych problemów kobiet i mężczyzn), albo kulturowo (odmienną treścią przekonań o konsekwencjach zdrady), choć w chwili obecnej to drugie wyjaśnienie zdaje się mieć mniejsze wsparcie w danych empirycznych.

Motorem wszystkich ewentualnych różnic jest w tym ujęciu bieżący podział pracy i aktywności między kobiety i mężczyzn wyznaczony odmiennością budowy ich ciała. Tylko kobiety rodzą dzieci i karmią je piersią, co predestynuje je do roli podstawowych opiekunek potomstwa i wykonawców prac domowych, gdyż pełniąc rolę matki spędzają w domu więcej czasu niż mężczyźni. Ci ostatni zaś bardziej są predestynowani do aktywności pozadomowej, w szczególności do podejmowania pracy zarobkowej i roli żywiciela rodziny. Każda z płci specjalizuje się więc w innych zadaniach, dostosowując swoje działania, umiejętności, a w końcu i cechy do pełnionych ról w taki sposób, by maksymalizować skuteczność własnych działań. Dostosowanie kobiet do roli matki i menedżera relacji wewnątrzrodzinnych pociąga za sobą ich koncentrację na relacjach społecznych, ludziach i ich emocjach, rozwija opiekuńczość, serdeczność, uступliwość i umiejętności komunikacji niewerbalnej (małe dzieci nie mówią). Nawet gdy kobiety podejmują pracę zawodową, ich umiejętności bardziej pasują do pewnych zawodów (nauczycielka, pielęgniarka) niż innych, a kariera zawodowa jest hamowana sprawowaniem opieki nad dziećmi i obowiązkami domowymi, które nieporównanie bardziej są udziałem kobiety niż mężczyzny, także w rodzinach, gdzie oboje pracują zawodowo. Z kolei dostosowanie mężczyzn do roli głównego żywiciela pociąga za sobą ich koncentrację na karierze w rywalizacyjnym środowisku zawodów pełnionych przez innych mężczyzn, rozwija asertywność, przedsiębiorczość w nabywaniu zasobów i cały syndrom „męskich” cech kojarzonych z nastawieniem na instrumentalność i sprawczość.

Specjalizacja mężczyzn w zdobywaniu zasobów i robieniu kariery niezbędnej do ich zdobycia pociąga za sobą jeszcze jedną ważną różnicę - odmienne umiejscowienie kobiet i mężczyzn w strukturze władzy. Mężczyźni szybciej i częściej pną się po drabinie władzy, gromadząc przy tym zasoby wzmacniające ich pozycję. W rezultacie kobiety w kontaktach z płcią przeciwną częściej występują z pozycji podporządkowanych, mężczyźni zaś - z pozycji władzy. Stąd u mężczyzn rozwija się większa asertywność, agresywność, silniejsza tendencja do kontrolowania innych (łącznie z życiem

seksualnym partnerem) i lepsze mniemanie o sobie, zaś u kobiet pojawia się uległość, zależność, łagodność, a nawet niższa samoocena.

Ponieważ te odmienności są dość stałą cechą struktury społecznej, powodują one odmienne traktowanie kobiet i mężczyzn przez instytucje społeczne (selektywność w rekrutacji do wielu zawodów, pomijanie kobiet przy awansie itd.), a ich skutkiem jest odmienna społeczna rola kobiety i mężczyzny. Role te stanowią zbiór społecznie podzielanych oczekiwań co do tego, jak zachowuje się (a po części i powinna się zachowywać) każda z płci. Na mocy uprzednio wskazanych mechanizmów kształtują one odmienną zachowania mężczyzn i kobiet.

Najważniejszym przewidywaniem koncepcji strukturalno-społecznej odróżniającą ją od innych teorii różnic płci jest hipoteza, iż osłabienie lub odwrócenie typowego położenia kobiet i mężczyzn znosi lub odwraca różnice między płciami. Istotnie, Alice Eagly i Wendy Wood (1999) wykonały reanalizę wielokrotnie tu przywoływanych międzykulturowych danych Bussa nad upodobaniami kierowanymi na płć przeciwną i wykazały, że silniejsze pożądanie zasobów materialnych przez kobiety, oraz silniejsze pożądanie młodości i atrakcyjności przez mężczyzn, wyraźnie słabnie w krajach o bardziej egalitarnych pozycjach płci (wskaźnikiem egalitaryzmu była wysokość zarobków kobiet w stosunku do zarobków mężczyzn oraz odsetek kobiet na kierowniczych stanowiskach w biznesie i w parlamencie).

Każda z omówionych trzech teorii - zróżnicowanej socjalizacji, ewolucjonistycznej i strukturalno-społecznej - jest na tyle bogata i potwierdzona empirycznie, że potrafi wyjaśnić większość różnic obserwowanych między płciami oraz zaproponować przekonującą narrację, jak do powstania tych różnic dochodzi. W tej sytuacji wybór jednej z nich jest do pewnego stopnia kwestią preferencji światopoglądowych i estetycznych. W końcu XX wieku najmniejszą popularnością cieszyło się wyjaśnienie ewolucjonistyczne z uwagi na podejrzenia, iż implikuje ono nieuchronność i nieodwracalność różnic, co w istocie usprawiedliwia dyskryminację kobiet. Myślenie potoczne zwykle utożsamia wyjaśnienie z usprawiedliwieniem, choć to pierwsze oznacza tylko zrozumienie faktów, zaś to drugie ich akceptację. Stąd też trudno z tego czynić jakiś szczególny zarzut akurat wyjaśnieniom ewolucjonistycznym, tym bardziej, że traktują one różnice płci jako możliwości i predyspozycje, a nie konieczności. Fakt, że natura wyposażała nas w upodobanie do słodkich i tłustych pokarmów wcale przecież nie oznacza konieczności zjadania się nimi.

Jednak niewątpliwie teorie kulturowe - szczególnie strukturalno-społeczna - lepiej sobie radzą z wyjaśnieniem plastyczności i zmienności różnic płci, podczas gdy teoria ewolucjonistyczna lepiej wyjaśnia ponadkulturowe niezmienniki w tej sferze.

Dobrym przykładem plastyczności są różnice w intensywności ekspresji emocjonalnej. Choć liczne badania przekonują o większej emocjonalności kobiet, o silniejszym przeżywaniu emocji (także w miarach fizjologicznych) oraz wyrażaniu emocji zarówno dodatnich, jak i ujemnych; przewaga ta

występuje głównie u kobiet bądź to silnie utożsamiających się ze stereotypem własnej płci, bądź androgynicznych, a zanika, gdy kobiety da się przekonać, że zdrowa i pożądana jest słaba ekspresja emocji, zaś mężczyźni o czymś dokładnie przeciwnym (Grossman, Wood, 1993; Kring, Gordon, 1998). Z ewolucyjnego punktu widzenia powody ogólnie silniejszego przeżywania i ekspresji emocji są niezbyt jasne (choć oferowano tu różne spekulacje), a ich niemal całkowite uzależnienie od treści autostereotypu płci jest trudne do wyjaśnienia, choć bez trudu tłumaczą to obie koncepcje kulturowe.

Dobrym przykładem niezmiennika są z kolei różnice w agresji fizycznej. Niemal we wszystkich kulturach świata mężczyźni popełniają niemal 10-krotnie więcej zabójstw niż kobiety, także w krajach, gdzie powszechnie dostępna jest niewymagająca siły broń palna, a stereotypy płci wyraźnie błędne. Pryzmaty płci i specjalizacja ról mało przekonująco tłumaczą takie fakty, choć ich właśnie należałoby się spodziewać, bazując na hipotezie większej agresywności mężczyzn jako płci przystosowanej do silniejszej rywalizacji z osobnikami własnej płci w walce o dostęp do płci przeciwnej i o zasoby niezbędne do jej pozyskania i utrzymania.

Każda z trzech teorii lepiej więc sobie radzi z wyjaśnianiem pewnych faktów, wobec których prawie bezradne są pozostałe. Żadnej z teorii nie należy więc obecnie odrzucać, tym bardziej, że każda z nich ma specyficzną wartość heurystyczną, prowadząc do formułowania przewidywań, jakie trudno byłoby sformułować na podstawie pozostałych. Np. założenie o odmienności strategii heteroseksualnych i męskim dążeniu do licznych kontaktów seksualnych pozwala przewidywać przecenianie przez mężczyzn zainteresowania seksem u kobiet, nawet wtedy, gdy nie mają one żadnych erotycznych intencji. Jest to dobrze udowodniony fakt (Abbey, 1982), który równie dobrze można tłumaczyć specyfiką społecznej roli mężczyzny jako zdobywcy, także seksualnego. Jednak tylko koncepcja ewolucyjna pozwala przewidywać, że kobiety równie błędnie nie doceniają rzeczywistego zaangażowania emocjonalnego mężczyzn, jako że taki błąd ostrożności mógł je w ewolucyjnej przeszłości powstrzymywać przed potencjalnie kosztownymi aktami seksualnymi. Oba te rodzaje błędów wykazano w tej samej serii badań (Haselton, Buss, 2000). Oczywiście kiedy wyniki już są, można je wyjaśnić i w inny sposób, ale wątpliwe wydaje się, że owe inne teorie faktycznie doprowadziłyby do sformułowania takich przewidywań.

12.4. PODSUMOWANIE

Stereotyp kobiecości obejmuje koncentrację na relacjach społecznych, innych ludziach i uczuciach, skromność i serdeczność, stereotyp męskości - koncentrację na zadaniach, awansie i zdobywaniu zasobów, asertywność, ambicję i agresywność. Stereotypy te są szeroko podzielane w różnych kulturach i mają daleko idące konsekwencje dla kształtowania tożsamości osobistej, procesów auto weryfikacji i autoprezentacji (konsekwencje intrapersonalne),

a także dla wzajemnego traktowania się osób różnych płci i ich losów (konsekwencje interpersonalne). Liczne badania podsumowywane za pomocą metaanalizy przekonują, że faktyczne różnice między kobietami i mężczyznami w niektórych dziedzinach ujawniają się z niewielką lub umiarkowaną siłą, zawsze jednak uzależnioną od różnych czynników kontekstowych. Np. mężczyźni są umiarkowanie agresywniejsi od kobiet, jednak różnica to dotyczy głównie agresji fizycznej, silnie rośnie w przypadku dużej szkody i cierpienia ofiary, a zanika w przypadku większości form prowokacji. Największe różnice dotyczą funkcjonowania motorycznego i upodobań kierowanych na płć przeciwną. Różnice płci najlepiej wyjaśniają trzy teorie: koncepcje zróżnicowanej socjalizacji, ewolucjonistyczne i strukturalno-społeczne. Każda z tych koncepcji lepiej radzi sobie z pewnymi rodzajami faktów, z którymi gorzej radzą sobie pozostałe teorie. Każda zachowuje też specyficzną wartość heurystyczną, czyli zdolność do generowania hipotez, które trudno byłoby wyprowadzić z pozostałych teorii.

Podstawowe pojęcia

• androcentryzm	preferencje międzypłciowe
• androgynia	problem pewności ojcostwa
• anoreksja	rywalizacja wewnątrzpłciowa
• bulimia	samouprzedmiotowienie
• esencjalizm	statystyka <i>d</i>
• interpersonalne konsekwencje stereotypu płci	stereotypy płci
• intrapersonalne konsekwencje stereotypu płci	teoria doboru płciowego
• lęk przed sukcesem	teoria nakładów rodzicielskich
• metaanaliza	teoria strategii seksualnych
• podwójny standard	teoria strukturalno-społeczna
• polaryzacja rodzajów	typizacja rodzajowa
	zdrada seksualna i emocjonalna

Literatura zalecana

- Bem S.L. (2000). *Męskość, kobiecość. O różnicach wynikających z płci* (przekł. S. Pikiel). Gdańsk: Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne.
- Brannon L. (2002). *Psychologia rodzaju* (przekł. M. Kacmajor). Gdańsk: Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne.
- Buss D.M. (1996). *Ewolucja pożądania. Jak ludzie dobierają się w pary* (przekł. B. Wojciszke). Gdańsk: Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne.
- Buss D.M. (2001). *Psychologia ewolucyjna. Jak wytłumaczyć społeczne zachowanie człowieka? Najnowsze koncepcje* (przekł. M. Przyłipiak). Gdańsk: Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne.

„A TO NIE WSZYSTKO” (*and-that's--not-all*): technika wpływu społecznego polegająca na zaopatrzeniu propozycji w jakąś dodatkową atrakcję, która czyni propozycję bardziej kuszącą i utrudnia krytyczne o niej myślenie.

ADAPTACJA (*adaptation*): (w psychologii ewolucyjnej) ewolucyjnie wykształcony, dziedziczony wzorzec zachowania lub reakcji psychicznych ułatwiający w przeszłości gatunku rozwiązanie jakiegoś konkretnego problemu (np. pozyskanie partnera seksualnego), a przez to nasilający szansę sukcesu reprodukcyjnego.

AIEKTYWNO-WZMOCNIENIOWY MODEL ATRAKCYJNOŚCI (*reinforcement-affect model of attraction*): koncepcja zakładająca, iż —> atrakcyjność innej osoby jest funkcją proporcji pozytywnych wzmocnień (nagród) skojarzonych z tą osobą.

AGRESJA (*aggression*): zachowanie ukierunkowane na zadanie cierpienia innemu człowiekowi, który jest motywowany do uniknięcia tego cierpienia.

AGRESJA INSTRUMENTALNA (*instrumental aggression*): —> agresja, przy której cierpienie ofiary służy sprawcy jedynie jako instrument do osiągnięcia jakiegoś innego celu.

AGRESJA WROGA (*hostile aggression*): —> agresja, przy której cierpienie ofiary jest głównym, bądź jedynym celem sprawcy.

SŁOWNIK

AGRESJI INSTYNKTOWNEJ TEORIA

{aggression instinct theory}: teoria zakładająca, iż agresja jest wrodzonym, niezmiennym wzorcem zachowań automatycznie przejawianych w reakcji na wystąpienie specyficznych bodźców zwanych wyzwalaczami agresji.

AKCEPTOWANIE JAKO PODSTAWA

WŁADZY (*referent power*): zdolność przełożonego do wywoływania w podwładnych poczucia, że są przezeń akceptowani, doceniani i lubiani.

AKTYWIZACJA (*activation*):

uczynnienie jakiejś informacji (np. —> schematu), jej przejście z pamięci długotrwałej do pamięci operacyjnej, roboczej. Aktywizacja oznacza zmianę stanu funkcjonalnego informacji, która z wiedzy latentnej, „nieczynnej” przeradza się, w wiedzę pamięciowo dostępną, aktualnie przez nas używaną.

ALTRUIZM (*altruism*):

szczególny rodzaj zachowania pomocnego, który albo nie przynosi żadnych korzyści samemu sprawcy, albo przynosi mu straty.

ANALIZA ARCHIWALNA (*archive ana-*

lysis): analiza danych zebranych lub wytworzonych w trakcie naturalnych czynności ludzi, a nie dla celów badania naukowego.

ANDROCENTRYZM (*androcentrism*):

stawianie męskiego doświadczenia w centrum kultury i traktowanie go jako miarę bycia człowiekiem, nor-

mę i wzorzec (doświadczenie kobiece to odstępstwo od tego pożądanego wzorca).

ANDROGYNIA (*androgyny*): utożsamianie się przez jednostkę z cechami zarówno stereotypowo męskimi, jak i kobiecymi.

ANORKKSJA (*anorexis*): jadłowstręt, zaburzenie jedzenia.

ASERTYWNII TAKTYKI AUTOPREZENTACJI (*assertive self-presentation*): zachowania autoprezentacyjne ukierunkowane na zbudowanie, pozyskanie, utrwalenie jakiejś nowej tożsamości naszej osoby, głównie → ingracjacja, → autopromocja → autopromocja przez skojarzenie → świecenie przykładem. ASBKTYWNOŚĆ (*assertiveness*): umiejętność obrony własnych praw, interesów i poglądów bez uciekania się do agresji.

ASPEKT KOMPETENCJI I KONTROLI (*aspects of competence and control*): dwa rodzaje informacji dostarczanych przez nagrody i kary: o osiągniętym poziomie sprawności i o powodach działania.

ASYMETRIA AKTOR—OBSERWATOR (*actor-observer asymmetry*): skłonność wykonawcy działania (aktora) do upatrywania jego przyczyn w czynnikach sytuacyjnych, a obserwatora tego samego działania do upatrywania jego przyczyn w osobowości wykonawcy.

ASYMILACJA (*assimilation*): zmiana sądu o jakimś obiekcie w taki sposób, że staje się on podobny do własnej postawy, schematu lub oczekiwania, bądź też do bodźców kontekstowych współwystępujących z ocenianym obiektem.

ATRAKCYJNOŚĆ INTERPERSONALNA (*interpersonal attraction*): pozytywna

→ postawa w stosunku do innego człowieka. ATRYBUCJE (*attributions*): wnioski

o przyczynach zdarzeń i przyczynach zachowań ludzi (także własnych).

AUTOAFIRMACJA (*self-affirmation*): potwierdzanie integralności, czyli ogólnej wartości własnej osoby, szczególnie przez ekspresję wartości, z którymi jednostka się utożsamia.

AUTOKONOENTRACJA (*objective self-awareness, self-focus*): stan skupienia świadomej uwagi na sobie.

AUTOKRATYCZNY STYL KIEROWANIA (*autocratic style of leadership*): dyrektywny styl kierowania grupą, gdzie lider sam podejmuje decyzje, jest zorientowany na zadanie i realizację wyniku.

AUTOMATYCZNE PRZETWARZANIE INFORMACJI (*automatic information processing*): przetwarzanie danych mimo lub wbrew woli i bez intencji podmiotu, który jest nieświadomy jego występowania; jest ono bezwysiłkowe, szybkie i nie pochłania operacyjnych zasobów umysłu (uwagi i pamięci roboczej); przeciwieństwo przetwarzania → kontrolowanego.

AUTOPREZENTACJA (*self-presentation, impression-management*): kształtowanie (kontrola) sposobu, w jaki spostrzegają nas inni ludzie; manipulacja wrażeniem wywieranym na innych.

AUTOPROMOCJA (*self-promotion*): przedstawianie siebie jako osoby kompetentnej.

AUTOPROMOCJA PRZESKOJARZENIE (*self-promotion by association*): podwyższanie naszej wartości przez skojarzenie własnej osoby z pozytywnymi zdarzeniami i osobami, a rozkojarzenie z negatywnymi zdarzeniami lub osobami.

AUTORYTARYZM (*authoritarianism*): skłonność do przesadnej uległości wobec autorytetów i konformizmu oraz zamiłowanie do zewnętrznych oznak siły w połączeniu z wrogością i potępieniem mniejszości (etnicznych, kulturowych, seksualnych).

AUTOSCHEMAT (*self-schema*): dobrze wykształcona wiedza na własny temat w dziedzinie, którą człowiek uważa za istotną i w której formułuje krańcowe sądy o sobie.

AUTOWALORYZACJA (*self-esteem enhancement, self-esteem protection, self-esteem maintenance*): dążenie do obrony, podtrzymania lub nasilenia dobrego mniemania o sobie.

AUTO WERYFIKACJA (*self-verification*): dążenie do zgodności między już istniejącymi przekonaniami o sobie, a nowo nadchodzącymi informacjami na własny temat.

BADANIA EKSPLORACYJNE (*exploratory research*): badania, gdzie próbuje się wstępnie rozpoznać występujące w danej dziedzinie zależności; zwykle są to badania korelacyjne.

BADANIA KORELACYJNE (*correlational study*): badania polegające na pomiarze 2 lub więcej zmiennych i statystycznym szacowaniu ich współzmienności (korelacji).

BADANIA PODSTAWOWE (*basic research*): badania ukierunkowane na wykrywanie ogólnych prawidłowości w jakiejś dziedzinie (niezależnie od ich pożytków praktycznych).

BADANIA STOSOWANE (*applied research*): badania ukierunkowane na rozwiązanie jakiegoś konkretnego problemu praktycznego.

BADANIA WERYFIKACYJNE (*hypothesis testing research*): badania ukierunkowane na weryfikację (sprawdzenie) konkretnych hipotez.

BEZPIECZNY STYL PRZYWIĄZANIA (*secure attachment style*): styl przywiązania cechujący się poczuciem bezpieczeństwa, ufnością do partnera i przekonaniem, że będzie on kontynuował udzielanie nam wsparcia.

BŁĄD PRÓBY (*sampling error*): niereprezentatywność badanej próby dla populacji, na którą badacze chcą uogólniać uzyskane przez siebie wyniki; nieformalnie - zróżnicowanie różnych prób badanych.

BULIMIA (*bulimia*): zaburzenie jedzenia, w którym występują epizody niepożartego jedzenia na zmianę z celowym wywoływaniem własnych wymiotów.

BURZA MÓZGÓW (*brainstorming*): grupowe rozwiązywanie problemów polegające na wspólnym tworzeniu ich rozwiązań w warunkach odroczenia oceny jakości pomysłów (najpierw jak najwięcej pomysłów, potem ich ocena).

CENTRALNY TOR PERSWAZJI (*central route to persuasion*): trwała zmiana postawy na mocy przemyślanego i świadomego przetwarzania informacji zawartej w przekazie. Zależy od jakości argumentacji, wymaga motywacji i warunków do myślenia o argumentach. Przeciwieństwo → peryferyjnego toru perswazji.

CHARYZMATYCZNY (*transformatoryjny*) przywódca (*charismatic leader, transformational leader*): przywódca, który głosi dalekosiężną wizję zmian na lepsze, budzi zaufanie i nadzieje na jej realizację, obdarzony jest osobowością przyciągającą uwagę i dużymi umiejętnościami społecznymi.

DEMOKRATYCZNY STYL KIEROWANIA (*democratic style of leadership*): styl

kierowania grupą polegający na dopuszczaniu podwładnych do współudziału w decyzjach, z koncentracją lidera na relacjach społecznych wewnątrz grupy.

DEPRECIACJA GRUP OBCYCH (*out-group derogation*): obniżanie wartości członków grupy społecznych, do których się nie należy.

DIALOG (*dialog*): aktywna i konstruktywna → reakcja na niezadowolenie z bliskiego związku, polegają na próbach usunięcia problemu i utrzymania związku w dobrym stanie.

DOBÓR NATURALNY (*natural selection*): różnicowanie liczby potomstwa wydawanego przez różne typy genetyczne z tej samej populacji; główny mechanizm ewolucji.

DOBÓR PŁCIOWY (*sexual selection*): różnicowanie zdolności zdobywania partnera seksualnego uwarunkowane → preferencjami heteroseksualnymi (wybieraniem partnera o większych szansach na sukces reprodukcyjnych) oraz → rywalizacją wewnątrzplciową (zwyciężaniem osobników płci własnej we współzawodnictwie o dostęp do płci przeciwnej).

DOSTĘPNOŚĆ CHRONICZNA (*chronic accessibility*): stale podwyższona dostępność pamięciowa jakiejś struktury wiedzy wskutek częstego jej używania.

DWUCZYNNIKOWA TEORIA MIŁOŚCI (*two-component theory of love*): koncepcja zakładająca, że miłość (namiętna) składa się z pobudzenia emocjonalnego (które może pochodzić z różnych źródeł) i interpretacji przypisującej owe pobudzenia osobie stanowiącej obiekt namiętności.

DWUCZYNNIKOWY MODEL PERSWAZJI (*two-factor model of persuasion*): koncepcja zakładająca, że perswazja jest

skutkiem (iloczynem) tendencji do odbierania przekazu (obdarzania go uwagą i rozumienia jego treści) oraz tendencji do ulegania przekazowi.

DYLEMAT AUTENTYCZNOŚCI (*authenticity dilemma*): dylemat autoprezentacyjny - czy przedstawiać się w sposób pożądaný przez audytorium, ale nieprawdziwy, czy też w sposób prawdziwy, ale niepożądany przez audytorium.

DYLEMAT SKROMNOŚCI (*modesty dilemma*): dylemat autoprezentacyjny - czy przedstawiać siebie skromnie (inni nas polubią, ale mogą nisko nas ocenić), czy przedstawiać siebie chęliwie (inni nas nie polubią, ale mogą wyżej cenić).

DYSKRYMINACJA (*discrimination*): negatywne, często wrogie lub niesprawiedliwe zachowanie wobec osób stanowiących obiekt → uprzedzenia, zwykle członków → grupy obcej.

DYSONANS POZNAWCZY (*cognitive dissonance*): nieprzyjemny stan emocjonalny wywołany sprzecznością różnych przekonań o tej samej sprawie lub sprzecznością między własnymi przekonaniami a postępowaniem.

DYSTRAKTOR (*distractor*): w badaniach nad przetwarzaniem informacji i perswazją: dodatkowe zadanie pochłaniające zasoby operacyjne umysłu wykonywane w trakcie lub po zadaniu głównym (albo bodziec związany z takim zadaniem).

EFEKT AUREOLI (*halo effect*): upożytywniający wpływ jakiejś silnej zalety osoby na spostrzeganie pozostałych jej cech.

EFEKT BRONI (*weapon effect*): wzrost skłonności do agresji pod wpływem pojawienia się broni w sytuacji, w której okazja do agresji ma miejsce.

EFEKT BUMERANGOWY (*boomerang effect*): efekt odwrotny do zamierzonego, szczególnie zmiana postaw odbiorcy odwrotna do zamierzonej przez nadawcę.

EFEKT BYCIA LEPSZYM NIŻ PRZECIĘTNY (*better-than-average effect*): skłonność większości ludzi do uważania siebie za lepszych niż przeciętnie pod niemalże każdym względem, szczególnie silnie wartościującym.

EFEKT COCKTAIL-PARTY (*cocktail-party effect*): łatwiejsze zauważanie informacji dotyczących nas samych, nawet w warunkach pochłonięcia uwagi czym innym (tak jak własne imię przebija się przez szum rozmów podczas cocktail-party).

EFEKT PARSZYWEJ POWSZECHNOŚCI (*false consensus effect*): skłonność do przeceniania częstości, z jaką u innych ludzi występują nasze własne zachowania i przekonania, a niedoceniania częstości zachowań i przekonań alternatywnych. EFEKT NASTĘPNEGO W KOLEJCE (*next-in-the-line effect*) - spadek uwagi przykładanej do cudzej wypowiedzi i gorsze zapamiętywanie jej treści przez osoby, które same bezpośrednio potem mają się wypowiadać.

EFEKT NEGATYWNOŚCI (*negativity effect*): silniejsze uzależnienie ocen i sądów od informacji negatywnych niż pozytywnych (przy wyrównanej wartościowości).

EFEKT ODNIESIENIA DO JA (*self-reference effect*): lepsze zapamiętywanie informacji odnoszonych do własnej osoby niż do innych osób, bądź przetwarzanej w inny sposób. EFEKT PIERWSZEŃSTWA (*primacy effect*): silniejsze oddziaływanie na sąd informacji podanych jako pierwsze

z kolei; silniejsza zmiana postawy pod wpływem argumentów odebranych jako pierwsze z kolei. EFEKT PRZESYPANIA (*sleeper effect*): wzrost siły oddziaływania przekazu z mało wiarygodnego źródła w pomiarze odroczonym w porównaniu z pomiarem dokonany bezpośrednio po jego odebraniu. EFEKT ROMEA I JULII (*Romeo and Juliet effect*): wzrost natężenia uczuć kochanków wywołany przeszkodami, szczególnie oporem ich rodziców. EFEKT ŚWIEŻOŚCI (*recency effect*): silniejsze oddziaływanie na sąd informacji podanych jako ostatnie z kolei (najświeższych); silniejsza zmiana postawy pod wpływem argumentów odebranych jako ostatnie z kolei. EFEKT WERTKRA (*Werther effect*): wzrost liczby samobójstw w populacji pod wpływem samobójstwa znanej osoby omawianego w mass mediach. EFEKT WYJAŚNIANIA (*explanation effect*): subiektywny wzrost prawdopodobieństwa zdarzenia wskutek uprzedniego zaangażowania się w jego wyjaśnianie.

EGOCENTRYZM ATRYBUCYJNY (*egocentric attributions*): przecenianie własnego wkładu w wyniki osiągnięte wspólnie z jakimś innym człowiekiem lub grupą.

EGOTYZM ATRYBUCYJNY (*egotistic attribution, self-serving attribution*): skłonność do wyjaśniania własnych zachowań w sposób podtrzymujący pozytywną samoocenę, w szczególności upatrywanie przyczyn sukcesu w czynnikach wewnętrznych, a porażki - w czynnikach zewnętrznych.

EGZOCENTRYCZNA MOTYWACJA POMAGANIA (*egzocentric motivation*): pomaganie innym po to, by poprawić ich (a nie własny) stan.

EKSPERYMENT (*experiment*): metoda badawcza polegająca na celowym wywoływaniu jakiegoś zjawiska (kształtowaniu jego natężenia lub częstości) za pośrednictwem manipulowania jego przypuszczalnymi przyczynami w warunkach dobrze kontrolowanych przez badaczy.

EKSPERYMENT LABORATORYJNY (*laboratory experiment*): eksperyment odbywający się w laboratorium w warunkach całkowicie skonstruowanych przez badaczy. EKSPERYMENT NATURALNY (*field experiment*): eksperyment odbywający się w zwyczajnym, naturalnym otoczeniu osoby badanej, choć często modyfikowanym na potrzeby badania.

EKSPRESJA WARTOŚCI JAKO FUNKCJA POSTAWY (*value-expressive function*): funkcja postawy polegająca na wyrażaniu cenionych przez posiadacza postawy wartości. EMPATIA (*empathy*): przyjmowanie i rozumienie cudzego punktu widzenia, szczególnie w postaci współbrzmienia emocjonalnego i w odniesieniu do uczuć.

ENDOCENTRYCZNA MOTYWACJA POMAGANIA (*endocentric motivation*): pomaganie innym po to, by poprawić własny stan.

ESENCJALIZM BIOLOGICZNY (*Biological essentialism*): wiara w biologicznie zdeterminowaną nieuchronność i naturalność różnic między płciami. ETNOCENTRYZM (*ethnocentrism*): tendencja do odrzucania osób należących do grup kulturowo i/lub rasowo odmiennych, a akceptowania osób kulturowo podobnych; element syndromu -> autorytaryzmu.

FACHOWOŚĆ JAKO PODSTAWA WŁADZY (*expert power*): zdolność prze-

łożonego do wywoływania w podwładnych przekonania, że jest ekspertem, wie lepiej, posiada wiedzę i umiejętności im niedostępne.

FACYLITACJA SPOŁECZNA (*Social facilitation*): wzrost skuteczności działania (szczególnie w zadaniach łatwych) pod wpływem samej obecności innych.

FAŁSZYWY ALARM (*false alarm*): błąd polegający na rozpoznaniu jakiegoś zdarzenia lub bodźca jako „starego”, choć w rzeczywistości jest „nowy”; przejaw —> generatywnego funkcjonowania pamięci.

FAWORYZACJA GRUPY WŁASNEJ (*ingroup favoritism*): wzrost pozytywności ocen i zachowań grupy społecznej, do której samemu się należy.

FAZY MIŁOŚCI (*phases of love*): następstwo stanów, jakie przechodzi bliski związek dwojga ludzi wskutek odmiennych dynamiki -> napiętności, -> intymności i —> zobowiązania. Model sześciofazowy wyróżnia zakochanie, romantyczne początki, związek kompletny, miłość przyjacielską, związek pusty i rozpad.

FIKSACJA (*fixation*): usztywnienie zachowania, powtarzanie zachowań niepełniających żadnych funkcji instrumentalnych (jeden z możliwych skutków frustracji).

FRUSTRACJA (*frustration*): zablokowanie jakiegoś działania celowego lub stan psychiczny wywołany takim zablokowaniem.

GRUPA EKSPERYMENTALNA (*experimental group*): grupa osób badanych w warunkach eksperymentalnych, czyli poddanych oddziaływaniu —> manipulacji eksperymentalnej.

GRUPA KONTROLNA, GRUPA PORÓWNAWCZA (*control group*): grupa osób

badanych w warunkach kontrolnych, czyli niepoddanych oddziaływaniu —> manipulacji eksperymentalnej.
GRUPA SPOŁECZNA (*social group*): dwie lub więcej osób, które komunikują się i wzajemnie na siebie wpływają, mają poczucie wzajemnej przynależności, wspólny cel i zwykle wykształcają pewną strukturę (organizację wewnętrzną grupy).

HAMOWANIE SPOŁECZNE (*social inhibition*): spadek skuteczności działania (szczególnie w zadaniach trudnych) pod wpływem samej obecności innych.

HEURYSTYKA „JAK TO CZUJE,” (*how do I feel heuristic*): wykorzystywanie bieżącego nastroju jako podstawy globalnych lub złożonych sądów wartościujących (ocen).

HEURYSTYKA DOSTĘPNOŚCI (*availability heuristic*): ocena częstości lub prawdopodobieństwa zdarzeń oparta na łatwości, z jaką przychodzą nam na myśl ich przykłady, czyli egzemplarze.

HEURYSTYKA REPREZENTATYWNOŚCI (*representativeness heuristic*): ocena przynależności obiektu do kategorii (klasy, rodzaju) na podstawie jego podobieństwa do typowych egzemplarzy tej kategorii.

HEURYSTYKA SYMULACJI (*simulation heuristic*): wydawanie sądu na podstawie umysłowej symulacji (wyobrażenia) przebiegu zdarzeń, który wydaje się tym bardziej prawdopodobny i łatwiejszy do wyobrażenia.

HEURYSTYKA ZAKOTWICZENIA/DOSTOSOWANIA (*anchoring/adjustment heuristic*): ocena jakiejś wartości (liczby przypadków, częstości, prawdopodobieństwa) oparta na punkcie wyjścia w postaci jakiejś łatwo do-

stępnej liczby modyfikowanej stosowo-

wnie do kontekstu i posiadanej wiedzy; modyfikacja jest zwykle niewystarczająca, a sąd przesunięty w kierunku owej pierwszej liczby (zakotwiczenia).

HEURYSTYKI SĄDZENIA (*judgment heuristics*): reguły uproszczonego wydawania sądów (umysłowe „drogi na skróty”) bez uwzględniania wszystkich informacji, na których sąd powinien się opierać.

HEURYSTYKI ULEGŁOŚCI (*compliance heuristics*): sygnały wywołujące chwilową zmianę postaw lub zachowania, wykorzystywane bezwiednie w warunkach małej motywacji i/lub małych możliwości przetwarzania informacji (np. duża liczba argumentów, atrakcyjność nadawcy, entuzjazm współodbiorników przekazu).

HIPOTEZA KONTAKTU (*contact hypothesis*): hipoteza, że uprzedzenia i stereotypy ulegają redukcji w wyniku kontaktu z przedstawicielami grupy obcej.

HIPOTEZA SELEKTYWNEJ EKSPOZYCJI (*selective exposure*): hipoteza, że ludzie aktywnie unikają informacji sprzecznych z własnymi postawami, a dążą do informacji zgodnych.

HUŚTAWKA EMOCJONALNA (*fear-then-retreat*): wzrost uległości pod wpływem ulgi przeżywanej po nagłym zaniku czynnika wywołującego strach.

INDYWIDUALIZM (*individualism*): system przekonań opartych na założeniu, że miarą wartości jest jednostka, jej niepowtarzalność i wolność; kultury indywidualistyczne stawiają cele jednostek ponad celami grup, a tożsamość osobistą opartą na własnych osiągnięciach stawiają ponad tożsamość społeczną, wynikającą z przynależności do grupy. Przeciwnieństwo —> kolektywizmu.

INFORMACYJNY WPRYW SPOŁECZNY

(*informational social influence*): uleganie naciskowi wywieranemu przez zachowania, opinie i oczekiwania innych wskutek przekonania jednostki że są one słuszne i uzasadnione.

INGRACJACJA (*ingratiation*):

taktyka —> autoprezentacji polegająca na pozyskiwaniu cudzej sympatii przez pochlebstwa, przysługi, eksponowanie podobieństwa poglądów i własnych sympatycznych cech.

INKLINACJA POZYTYWNA (*positivity bias*):

skłonność do zakładania *a priori*, że świat (w tym ludzie) jest raczej pozytywny niż negatywny.

INOKULACJA (*inoculation*):

uodpornienie postawy na późniejszą kontrpropagandę przez skłonienie odbiorcy do bronięcia postawy przed słabym i łatwym do odparcia atakiem.

INSTRUMENTALNA FUNKCJA POSTAWY

{*instrumental function*): funkcja postawy polegająca na ułatwianiu realizacji celów pożądaných przez posiadacza postawy.

INTERAKCJE; SPOŁECZNE (*social interactions*):

wzajemne oddziaływania jednostek w bezpośrednim kontakcie.

INTERNAT, I 7, ACJA (*internalization*):

uwewnętrznienie.

INTERPERSONALNE KONSEKWENCJE

STEREOTYPU PŁCI (*interpersonal consequences of sex stereotype*): różnicowanie kobiet i mężczyzn z uwagi na sposób, w jaki są traktowani przez innych i sposób, w jaki interpretowane są ich zachowania.

INTRAPERSONALNE KONSEKWENCJE

STEREOTYPU PŁCI (*intrapersonal consequences of sex stereotype*): różnicowanie mężczyzn i kobiet z uwagi na wykształcaną przez nich tożsamość, treści zawarte w strukturze ja oraz sposób postępowania (autoweryfikację i autoprezentację).

INTYMNOŚĆ (*intimacy*): łagodne, pozytywne uczucia w bliskim związku dwojga ludzi wynikające ze wzajemnego wsparcia i zrozumienia; jeden ze składników miłości według —> trójskładnikowej teorii miłości.

JA (*self*): bardzo rozbudowana i chronicznie dostępna, choć luźno zorganizowana struktura różnych ról i tożsamości społecznych, przekonań na własny temat i samoocen oraz wartości i celów uznawanych za własne.

JA IDEALNE (*ideal-self*): wyobrażenie siebie, jakim chciałoby się być - kierowane pod własnym adresem pragnienia, nadzieje i aspiracje (często o charakterze sprawnościowym).

JA POWINNOŚCIOWE (*oughtself*): wyobrażenie siebie, jakim powinno się być, a więc przekonania o własnych obowiązkach, powinnościach i obliczeniach (zwykle o charakterze moralnym).

JEDNORODNOŚĆ GRUPY OBCEJ (*put-group homogeneity effect*): spostrzeżenie członków grupy obcej jako bardziej jednakowych niż członkowie grupy własnej.

KARA (*punishment*): dowolne zdarzenie, które następując po jakiejś reakcji osłabia jej szansę występowania w przyszłości, mniej formalnie - dowolnego rodzaju strata.

KATEGORYZACJE SPOŁECZNE (*social categorization*): skłonność do dzielenia ludzi na rodzaje lub grupy, której towarzyszy tendencja do przeceńniania różnic międzygrupowych i niedoceniań różnic wewnątrzgrupowych.

KATHARSIS (*katharsis*): rozładowanie rodzącego agresję pobudzenia dzięki wykonaniu aktu agresywnego, obser-

wowaniu cudzej agresji, bądź wykonaniu jakiegoś działania zastępczego wobec agresji.

KOLIOKTYWIZM (*collectivism*): system przekonań opartych na założeniu, że dobro grupy jest ważniejsze od dobra jednostki; kultury kolektywistyczne podkreślają lojalność wobec grupy własnej, poszanowanie jej norm i utrzymywanie harmonijnych relacji z jej członkami. Przeciwnieństwo —> indywidualizmu.

KOMPATYBILNOŚĆ POTRZEB (*complementarity of needs*): dopasowanie przeciwstawnych potrzeb partnerów w taki sposób, że mogą być one równocześnie zaspokajane (np. dominacja i uległość).

KONFLIKT (*conflict*): stan sprzeczności analizowany w psychologii na różnych poziomach;

— **KONFLIKT INTERPERSONALNY**
- sprzeczność działań lub interesów dwóch lub więcej osób;

— **KONFLIKT INTRAPERSONALNY**
- sprzeczność motywów: realizacja jednego z nich wyklucza realizowanie drugiego i na odwrót;

— **KONFLIKT MIĘDZYGROPOWY**
- sprzeczność działań lub interesów dwóch lub więcej grup społecznych.

KONFORMIZM (*conformity*): dostosowywanie przez ludzi własnych postaw, przekonań i zachowania do tego, co robi lub w co wierzy większość.

KONTRAST (*contrast*): zmiana sądu o jakimś obiekcie w taki sposób, że wydaje się on bardziej niepodobny do własnej postawy lub jakiegoś oczekiwania, bądź też

do bodźców kontekstowych współwystępujących z ocenianym obiektem.

KONTROLOWANE PRZETWARZANIE INFORMACJI (*controlled Information*

processing): przetwarzanie informacji na mocy aktu woli i intencji podmiotu, który jest świadomy jego wyśtepowania; wymaga ono wysiłku, jest stosunkowo powolne i pochłania operacyjne zasoby umysłu (uwagę i pamięć roboczą); przeciwieństwo przetwarzania —> automatycznego.

KOOPERACJA (*cooperation*): zachowania prowadzące do równoczesnego maksymalizowania korzyści wszystkich zainteresowanych.

KORELACJA (*correlation*): współzależność - sytuacja, kiedy przyrostom jakiejś zmiennej A towarzyszą przyrosty (korelacja dodatnia) lub spadki (korelacja ujemna) innej zmiennej B.

KRÓTKOWZROČNOŚĆ ALKOHOŁOWA (*alcohol myopia*): występujące po spożyciu alkoholu zawężenie uwagi do najbardziej wyrazistych bodźców sytuacyjnych.

KULTURA HONORU (*the culture of honor*): kultura, w której ceni się „zachowanie twarzy” i staje w obronie honoru własnego i rodziny w obliczu najmniejszej zniewagi; sankcjonuje ona agresję, nakazując ją jako właściwą reakcję na zniewagę.

LEK PRZED SUKCESEM (*fear of success*): lęk i unikanie sukcesu (głównie przez kobiety) z powodu społecznego odrzucenia wywołanego łamaniem przez kobietę sukcesu stereotypowo kobiecych ról społecznych i utrudnień w realizowaniu potrzeby afiliacji.

LISTOWANIE MYŚLI (*thought listing*): rejestracja myśli, jakie przekaz perswazyjny wzbudza w odbiorcy, a następnie szacowanie treści tych myśli przez sędziów (szczególnie czy są przychylne, czy nieprzychylne przekazowi).

LOJALNOŚĆ (*loyalty*): bierna i konstruktywna —> reakcja na niezadowolenie z bliskiego związku; polega na przeczekiwaniu problemu w nadziei, że „samo się jakoś ułoży”.

MAKIAWELI/M (*machiavellianism*): skłonność i zdolność do umiejętnej manipulacji innymi ludźmi dla własnych korzyści; towarzyszy im obojętność wobec norm moralnych i cynicznie przekonane, że ludzie są słabi, interesowni i podatni na manipulację.

MANIPULACJA EKSPERYMENTALNA (*experimental manipulation*): oddziaływanie przez badaczy podczas eksperymentu na występowanie lub wielkość —> zmiennej niezależnej.

MEDIATOR (*mediator, mediating variable*) proces lub stan psychiczny pośredniczący między zmienną niezależną (przyczyną), a zmienną zależną (skutkiem). Znaleźć mediator jakiejś zależności to tyle, co odpowiedzieć na pytanie, dlaczego ona występuje; por. —> moderator.

MEDIATORY ZGODNOŚCI (*mediators of consistency*): procesy psychiczne pośredniczące między postawą a zachowaniem.

METAANALIZA (*meta-analysis*): ilościowa metoda integrowania wyników różnych badań na ten sam temat, gdzie wynik jednego badania jest traktowany jako pojedyncza pozycja na liście danych, czyli jak jedna osoba w zwyczajnym badaniu.

MIEDZYGRUPOWA ASYMETRIA JĘZYKOWA (*intergroup linguistic bias*): abstrakcyjne kodowanie (w kategoriach cech) pozytywnej informacji o członkach grupy własnej, a negatywnej - o członkach grup obcych oraz konkretne kodowanie (w kate-

goriach zachowań) negatywnych informacji na temat członków grupy własnej, a pozytywnych na temat członków grup obcych.

MIŁOŚĆ PRZYJACIELSKA (*cOflyUgCll love*): czwarta z —> faz miłości, cechuje się intymnością i zobowiązaniem, przy zaniku namiętności.

MINIMALNA SYTUACJA MIĘDZYGEUPOWA (*minimal intergroup paradigm*): metoda badania procesów międzygrupowych polegająca na wprowadzaniu jakiegoś arbitralnego zróżnicowania osób obecnych w danej sytuacji, co pozwala im się podzielić na grupę własną (my) i obcą (oni).

MODEL POBUDZIBNIA—BILANSU (*the arousal: cost-reward model*): koncepcja zakładająca, iż pomaganie jest uwarunkowane własnym pobudzeniem emocjonalnym pomagającego (widzianego jako wywołane przykrą sytuacją odbiorcy pomocy) i rachunkiem zysków/strat związanych z różnymi sposobami redukcji tego pobudzenia.

MODEL UTRZYMYWANIA SAMOOCENY (MUS) (*self-esteem maintenance SEM*): teoria zakładająca, że w dziedzinach istotnych dla ja jednostka traci na samoocenie wskutek porównań społecznych z lepszymi od siebie, zaś w dziedzinach nieistotnych dla ja zyskuje na samoocenie dzięki pławieniu się w cudzej chwale; oba te efekty zyskują na sile wraz ze wzrostem bliskości osoby odnoszącej lepsze niż jednostka wyniki.

MODELOWANIE (*modeling*): uczenie się oparte na obserwacji zachowań innego człowieka (*modela*) i ich konsekwencji.

MODERATOR (*moderator, moderating variable*): czynnik (zmienna „trzecia”), który decyduje o natężeniu

związku między zmienną niezależną, a zależną. Znaleźć moderator to tyle, co odpowiedzieć na pytanie, kiedy (w jakich warunkach) jakaś zależność występuje, a kiedy słabnie lub zanika; por. —> mediator. MODERATORY ZGODNOŚCI (*modera-tors of consistency*): czynniki decydujące o zgodności-niezgodności zachowania z postawą.

MYŚLENIE KONTRFAKTYCZNE (*cOUJlterfactual thinking*): myślenie hipotetyczne - co by było, choć się nie zdarzyło.

NAD UZASADNIENIE ZACHOWANIA (*overjustification*): sytuacja, w której jakiemuś zachowaniu sprzyjają czynniki zarówno wewnętrzne (motywy, preferencje, postawy), jak i zewnętrzne (nagrody, kary, nadzór).

NAGRADZANIE JAKO PODSTAWA WŁADZY (*reward power*): zdolność przełożonego do wywoływania pożądanych przez podwładnych stanów lub wyzwolenia ich od stanów niepożądanych.

NAGRODA (*reward*): dowolne zdarzenie, które następując po jakiejś reakcji nasila jej szansę występowania w przyszłości; mniej formalnie - dowolnego rodzaju zysk.

NAMIEŃNOŚĆ (*passion*): intensywne uczucia pozytywne lub negatywne połączone z motywacją do maksymalnego połączenia się z kochaną osobą; jeden ze składników miłości według —> trójskładnikowej teorii miłości.

NASTRÓJ (*mood*): globalny, niespecyficzny stan afektywny bez wzrostu pobudzenia emocjonalnego, wyrażonego źródła i odniesienia.

NAŚLADOWNICTWO (*imitation*): przejmowanie od innych osób jakichś spo-

sobów postępowania, myślenia lub odczuwania.

NERWOWO-AMUIWALENTNY STYL PRZYWIĄZANIA (*anxious-ambivalent attachment style*): styl przywiązania cechujący się lękiem przed odrzuceniem i poczuciem, że partner nie zaspokaja naszych potrzeb. NIEDOSTĘPNOŚĆ (*scarcity*): ograniczenie lub zablokowanie dostępu do jakiegoś dobra powodujące wzrost jego subiektywnej wartości.

NIEPROSZONE USTĘPSTWO, „DRZWIA-MI W TWARZ” (*door-in-the-face*): wzrost szansy spełnienia jakiejś prośby przez osobę, która uprzednio odmówiła spełnienia jakiejś innej, zwykle większej prośby tego samego człowieka - technika negocjacji i wpływu społecznego nazywana także ustępowaniem ze skrajnej pozycji.

NIEWIEDZA WIELU (*pluralistic ignorance*): sytuacja, w której świadkowie jakiegoś, być może krytycznego zdarzenia stwierdzają, że nic się nie stało na podstawie wzajemnego obserwowania swojego braku reakcji.

Ni EWYSTARCZAJACE UZASADNIENIE ZACHOWANIA (*insufficient justification*): sytuacja, w której jakiemuś zachowaniu nie sprzyjają czynniki ani wewnętrzne (motywy, preferencje, postawy), ani zewnętrzne (nagrody, kary, nadzór).

NISKA PIŁKA (*low ball*): technika wpływu społecznego polegająca na nakłonienu innej osoby do zgody na propozycję i późniejszym ujawnieniu, że faktycznie nie ma ona pewnych zalet lub ma pewne, dotąd ukryte wady.

NORMA ODPOWIEDZIALNOŚCI SPOŁECZNEJ (*social responsibility norm*): oczekiwanie i nakaz pomagania tym osobom, których losy zależą od naszych działań.

NORMA OPISOWA (*descriptive norm*): norma społeczna dotycząca zwykłego w danej sytuacji sposobu postępowania, czyli jak postępuje większość ludzi.

NORMA POWINNOŚCIOWA (*iniunctive norm, prescriptive norm*): norma społeczna mówiąca, co człowiek powinien w danej sytuacji robić - jakie postępowanie jest społecznie pożądane i moralnie słuszne.

NORMA SPOŁECZNA (*social norm*): reguła rządząca jakimś konkretnym zachowaniem lub ich klasą i obowiązująca wszystkich członków grupy.

NORMA WZAJEMNOŚCI (*reciprocity norm*): oczekiwanie i nakaz pomagania osobom, które pomogły nam w przeszłości.

NORMATYWNY WPŁYW SPOŁECZNY (*normative social influence*): uleganie naciskowi wywieranemu przez zachowania, opinie i oczekiwania innych dla pozyskania aprobaty lub uniknięcia odrzucenia przez innych.

NORMY GRUPOWE (*group norms*): reguły określające właściwe i niewłaściwe sposoby zachowania członków grupy, czyli podzielane przez grupę nakazy i zakazy co do sposobu postępowania, myślenia i odczuwania, jaki obowiązuje członków grupy.

OBIEKTYWIZM POMIARU (*objectivity of measurement*): niezależność wyniku pomiaru od tego, kto go dokonuje.

OBRONA EGO JAKO FUNKCJA POSTAWY (*ego-defensive function*): funkcja postawy polegająca na ułatwianiu dobrego mniemania o sobie i rozwiązywania wewnętrznych konfliktów posiadacza postawy.

OBRONNI; TAKTYKI AUTOPREZENTACJI (*protective self-presentation*): za-

chowania autoprezentacyjne ukierunkowane na ochronę, utrzymanie lub obronę zaatakowanej lub zagrożonej tożsamości i wartości naszej osoby, głównie —» samoutrudnianie, —> wymówki, —> usprawiedliwienia i —> przeprosiny.

OBSERWACJA (*observation*): kategoryzacja i zapis ludzkich zachowań (lub ich śladów) bez prób wpływania na ich przebieg.

OBSERWACYJNA SAMOKONTROLA ZACHOWANIA (*self-monitoring*): dyspozycyjna (osobowościowo uwarunkowana) tendencja do obserwacji własnego zachowania i dostosowywania go do bieżących warunków, w szczególności oczekiwań innych osób.

ORIENTACJA DEFENSYWNA (OBRONNA) (*defensive orientation*): nastawienie na obronę poczucia własnej wartości w sytuacjach uniemożliwiających orientację sprawczą (tj. kontrolowanie biegu wydarzeń i realizację celów zewnętrznych).

ORIENTACYJNA FUNKCJA POSTAWY (*object-appraisal function*): funkcja postawy polegająca na ułatwieniu orientacji w wartości jej obiektu i obiektów z nim powiązanych.

PAMIĘĆ GENERACYJNA (*generative memory, reconstructive processing*): wnioski wyciągnięte ze schematów lub innych struktur wiedzy subiektywnie zapamiętywane i przypominane jako zaobserwowane fakty.

PAMIĘĆ REPRODUKTYWNA (*reproductive memory*): pamięciowy zapis rzeczywiście zaobserwowanych faktów.

PARADOKSALNY EFEKT KONTROLI UMYSŁOWEJ (*ironie effect of mental control*): wzrost umysłowej dostępności jakichś myśli lub stanów wskutek prób ich zahamowania.

PERSWAZJA (*persuasion*): zmienianie postaw odbiorców za pomocą przekazów.

PERYFERYJNY TOR PERSWAZJI (*peripheral route to persuasion*): nietrwała zmiana postawy na mocy ulegania nie argumentom perswazyjnym, lecz —> heurystykom uległości sugerującym pozytywny lub negatywny stosunek do stanowiska oferowanego w przekazie. Przeciwnieństwo —> centralnego toru perswazji.

PŁAWIENIE SIE, W CUDZEJ OHWALK (*basking in reflected glory*): wzrost samooceny pod wpływem bliskości osoby odnoszącej sukcesy (zwykle w dziedzinie, w której sam podmiot nie aspiruje do osiągnięć).

PODSTAWOWE TYPY RELACJI SPOŁECZNYCH (*fundamental types of social relations*): cztery jakościowo odmienne i zorganizowane według odrębnych zasad typy stosunków, jakie łączą ludzi prawdopodobnie we wszystkich społeczeństwach: —> relacja wspólnoty, —> relacja hierarchiczna, —> relacja równościowa i —> relacja wymiany rynkowej

PODSTAWOWY BŁĄD ATRYBUCJI (*fundamental attribution error*):

skłonność do przypisywania cudzych zachowań czynnikom wewnętrznym (związanych z osobowością wykonawcy) przy niedocenianiu roli sytuacyjnych wyznaczników zachowania.

PODWÓJNY STANDARD (*double standard*): silniejsze potępienie pozamałżeńskiego seksu kobiet niż mężczyzn.

POLARYZACJA GRUPOWA (*group polarization effect*): zajmowanie przez grupę bardziej skrajnego stanowiska niż to, które jej członkowie osiąga-

łyby (po uśrednieniu), działając w pojedynkę.

POLARYZACJA RODZAJU (*gender polarization*): traktowanie męskości-kobiecości jako przeciwnych biegunów tego samego wymiaru, przy uznawaniu samego wymiaru za kluczową własność ludzkiej osobowości, szeroko pojmowaną, tak że obejmuje sposób postępowania w kontaktach z ludźmi, zainteresowania i uzdolnienia, zabawy i wybory zawodowe, role społeczne, sposób ubierania się i preferencje seksualne itd.

POMOCNOŚĆ, ZACHOWANIE POMOCNE (*helping behavior*): działanie ukierunkowane na spowodowanie jakiejś korzyści innego człowieka.

POPRZEDZANIE (*priming*): eksperymentalna aktywizacja jakiejś struktury wiedzy podprogową ekspozycją związanych z nią treści, albo uwikłanie tych treści w zadanie poprzednio wykonywane przez osobę badaną.

PORÓWNIANIA SPOŁECZNE (*social comparisons*): porównania siebie z innymi.

POSTAWA (*attitude*): względnie stała skłonność człowieka do pozytywnego lub negatywnego wartościowania jakiejś osoby, obiektu lub zdarzenia.

POZNAWCZA KONTROLA AGRESJI (*cognitive control of aggression*): regulacja zachowania agresywnego w oparciu o własne normy i przewidywane skutki działań.

POZNAWCZE REAKCJE NA PRZEKAZ (*cognitive responses in persuasion*): przychylne i nieprzychylne przekazowi myśli i uczucia, jakie wywołuje on u odbiorcy.

POZORANT (*confederate*): współpracownik badaczy występujący w roli osoby badanej i zachowujący się zgodnie z instrukcją badaczy.

POZYCJA SPOŁECZNA (*social position*): miejsce w grupie związane z funkcją,

jaką osobą zajmująca to miejsce spełnia wobec całej grupy. **PRAWOMOCNOŚĆ JAKO PODSTAWA WŁADZY** (*legitimate power*): zdolność przełożonego do wywołania u podwładnych poczucia obligacji i odpowiedzialności, opierająca się na normach wyznawanych przez podwładnego.

PRISEERENCJE HETEROSEKSUALNE (*heterosexual preferences*): upodobania adresowane do partnerów seksualnych płci przeciwnej, jeden z mechanizmów —> doboru płciowego.

PROCESUALNY MODEL PKRSWAZ.11 (*procesual model of persuasion*): teoria zakładająca, że zmiana postawy jest łącznym rezultatem zauważenia przekazu, jego zrozumienia, ulegania mu, utrzymania zmiany postawy i wprowadzenia jej w zachowanie.

PROSPOLBCZNIli ZACHOWANIA (*pVO-social behavior*): działania ukierunkowane na korzyści pozasobiste - dobro innych jednostek, społeczności, ogółu.

PROTOTYP (*prototype*): idealny egzemplarz schematu będący jego najlepszym spełnieniem.

PROTOTYPOWOŚĆ (*prototypicality nile*): ważna reguła budowy —> schematu; zakłada, że znaczenie schematu jest reprezentowane w postaci prototypu (egzemplarza idealnego), a rozpoznawanie obiektu przez pryzmat schematu polega na jego porównywaniu z prototypem.

PRÓŻNIACSTWO SPOŁECZNI! (*social loafing effect*): spadek poziomu wykonywania zadań pod wpływem wykonywania ich wspólnie z innymi ludźmi.

PRZEMIESZCZENIU AGRESJI (*aggression displacement*): skierowanie —> agresji na inny (zagrożony mniejszą karą) obiekt niż ten, który wy-

wołał —> frustrację, a więc pierwotną skłonność do agresji.

PRZEPROSINY (*apology*): taktyka —> autoprezentacji polegająca na akceptowaniu własnej odpowiedzialności za jakąś szkodę, okazanie żalu, kompensowanie szkody ofierze.

PRZYMUS JAKO PODSTAWA WŁADZY (*coercive power*): zdolność przełożonego do wywołania niepożądanych przez podwładnych stanów rzeczy lub do pozbawiania ich stanów poświadanych.

PRZYWIĄZANIA STYLE (*attachment styles*): wzorce nawiązywania bliskich relacji uczuciowych z innym człowiekiem; trzy podstawowe to —> bezpieczny, —> nerwowo-ambiwalentny i —> unikający styl przywiązania.

PULAPKA UKRYTYCH KOSZTÓW (*ildden cost trap, low-ball*): trwanie przy podjętym kierunku działania pomimo pojawienia się kosztów nieznanego człowiekowi w momencie angażowania się w dane działanie. **PULAPKA ZNIKAJĄCEJ PRZYNYTY** (*di-sappearing incentive trap, low-ball*): trwanie przy podjętym kierunku działania pomimo zaniku zysków, na które człowiek liczył w momencie angażowania się w dane działanie.

EANOOMIZACTA (*randomization*): losowe rozdzielanie osób badanych do różnych warunków eksperymentalnych lub kontrolnych.

REAKCJE NA NIEZADOWOLENIE (*responses to dissatisfaction*): cztery style reakcji partnerów (bliskiego związku) na niezadowolenie, które dzielą się z jednej strony na konstruktywne bądź destruktywne, z drugiej zaś - na reakcje aktywne i bierne: —> wyjście, —> dialog, —> lojalność i —> zaniedbanie.

REAKTANCJA (*reactance*): nieprzyjemny stan napięcia powstający wskutek odebrania jednostce swobody wyboru lub zagrożenia takim odebraniem.

REGRESJA (*regression*): prymitywizacja (powrót do rozwojowo wcześniejszych form) zachowania, szczególnie pod wpływem —> frustracji.

REKATEGORYZACJA (*recategorization*): redukcja uprzedzeń i stereotypów przez inspirowanie ludzi, by spostrzegali innych nie jako przedstawicieli grupy obcej, lecz jako „egzemplarze” szerszych kategorii, do których należy też i spostrzegający podmiot, albo jako przedstawicieli kategorii niewywołujących negatywnych uprzedzeń.

RELACJA HIERARCHICZNA (*ciUtlOrity ranking relation*): jeden z —> podstawowych typów relacji społecznych; cechuje się asymetrycznym uporządkowaniem uczestników relacji w hierarchii wpływu i władzy; stojący wyżej mają więcej praw, przywilejów i obowiązków niż stojący niżej.

RELACJA RÓWNOŚCIOWA (*equality matching*): jeden z —> podstawowych typów relacji społecznych; uczestnicy dobierają się na zasadzie współpracy równych sobie jednostek; pilnują równowagi i wzajemności, dobra dzielą po równo.

RELACJA WSPÓLNOTOWA (*communal sharing relation*): jeden z —> podstawowych typów relacji społecznych; uczestnicy takiej relacji utożsamiają się ze sobą nawzajem, traktują ekwiwalentnie, ignorują indywidualną tożsamość (liczy się jedynie wspólnota „my”).

RELACJA WYMIANY RYNKOWEJ (*market pricing relation*): jeden z —> podstawowych typów relacji społecznych; uczestnicy takiej relacji

działają (i utrzymują swój związek) na zasadzie opłacalności wyznaczonej bilansem zysków i strat. Istotną rolę odgrywają siły rynkowe - popyt-podaż, cena, stopa zysku itd.

RESPONSYWNOŚĆ (*responsivity*): stopień, w jakim to, co czuje, myśli lub robi jeden z partnerów zależy od tego, co czuje, myśli lub robi drugi z partnerów interakcji, a szczególnie bliskiego związku.

ROLA SPOŁKOCZNA (*social role*): zachowania, których grupa oczekuje od osób zajmujących określoną pozycję w grupie.

ROLE PŁCI (*sex roles*): społecznie podzielane oczekiwania co do zachowań poświadanych u kobiety i u mężczyzny.

ROMANTYCZNE POCZĄTKI (*romantic beginnings*): druga z -> faz miłości, cechuje się namiętnością i intymnością, a brakiem zobowiązań.

ROZPAD (*dissolution*): szósta i ostatnia z —> faz miłości, cechuje się wycofaniem zobowiązania po uprzednim zaniku —> namiętności i —> intymności.

ROZPROSZENIE ODPOWIEDZIALNOŚCI (*diffusion of responsibility*): rozłożenie się odpowiedzialności za podjęcie działania na współobecne w danej sytuacji osoby.

RÓWNANIE FISHBEINA (*Fishbein's equation*): założenie, iż postawa wobec jakiegoś obiektu jest funkcją sumy iloczynu siły przekonań i oceny częściowej obiektu wynikającej z tego przekonania.

RÓWNOWAGI POZNAWCZEJ TEORIA (*cognitive balance theory*): koncepcja zakładająca uzgadnianie (dopasowywanie) postaw wobec obiektów spostrzeganych jako nawzajem do siebie przynależące (tworzące jednostkę poznawczą).

RYTUAŁY PRZEJŚCIA (*rites of passage*):

- obrzędy inicjacyjne i okresy wstępne wymagające dużych wysiłków od osób pragnących zmienić swój status (np. na osobę dorosłą) lub wejść do jakiejś grupy społecznej.

RYWALIZACJA (*competition*): postępowanie ukierunkowane na osiągnięcie przewagi nad partnerem; w sytuacji konfliktu maksymalizacja własnego interesu kosztem interesu partnerów.

RYWALIZACJA WEWNĄTRZPŁCIOWA (*intra-sex competition*): rywalizacja z innymi osobnikami własnej płci o dostęp do płci przeciwnej, jeden z mechanizmów -> doboru płciowego.

RZETELNOŚĆ (*reliability*): dokładność, z jaką kwestionariusz (test psychologiczny) mierzy to, co faktycznie mierzy (niezależnie od tego, co miał mierzyć); por. -> trafność.

SAMONAPRAWA (*self-improvement*): dążenie do rzeczywistego poprawienia własnych cech, umiejętności, stanu zdrowia czy dobrostanu.

SAMOOCENA (*self-esteem*): afektywna reakcja człowieka na samego siebie.

SAMOPOZNAME (*self-assessment*): dążenie do pozyskania prawdziwej i dokładnej informacji na temat własnej osoby.

SAMOSPEŁNIAJĄCA SIĘ PRZEPOWIEDNIA (*self-fulfilling prophecy*): potwierdzanie czyichś pierwotnie fałszywych oczekiwań przez zachowanie osoby, której to oczekiwanie dotyczy.

SAMOUPRZEDMIOTOWIENIE (*self-objectification*): występujące u kobiet utożsamienie własnego ja (i jego wartości) z wyglądem fizycznym i traktowaniu samego siebie jako obiektów (pożądania) widzianych z perspektywy osoby trzeciej.

SAMOUTRUDNIANIE (*self-handicapping*): angażowanie się w działania, myśli lub uczucia, które obniżają szansę sukcesu, ale zwalniają z osobistej odpowiedzialności za porażkę (a w dodatku nasilają osobistą chwałę w przypadku sukcesu).

SCHEMAT POZNAWCZY (*cognitive schema*): pamięciowa organizacja uprzednich doświadczeń z jakimś rodzajem zdarzeń, osób czy obiektów; zbudowany według zasady -> prototypowości.

SĘDZIOWIE KOMPETENTNI (*competent raters*): obserwatorzy przeszkoleni w używaniu jakiegoś systemu kodowania zachowań lub dobrani z uwagi na swoje kompetencje w dziedzinie, której dotyczą wydawane przez nich sądy.

SILA ARGUMENTU (*argument strength*): zdolność argumentu do wywołania zmiany postawy; wskaźnikowana jest przewagą przychylnych nad nieprzychylnymi reakcjami poznawczymi wywoływanymi u odbiorcy.

SKRYPT (*script*): rodzaj -> schematu poznawczego, stanowiący umysłową reprezentacją zdarzeń, działań lub ich ciągów (np. „egzamin”); stanowi strukturę zarówno poznawczą (służy rozumieniu i pamięci zdarzeń), jak i wykonawczą (zawiera gotowe programy działania).

SOCJALIZACJA (*socialization*): proces nabywania tożsamości i wartości, przekonań i postaw oraz reguł przeżywania świata i zachowania, dzięki którym jednostka może skutecznie funkcjonować jako członek danego społeczeństwa

SPECJALISTA SPOŁECZNO-EMOCJONALNY (*socio-emotional specialist*): menedżer relacji społecznych, spontanicznie wyłaniany w małej grupie za-

daniowej; przyczynia się do utrzymywania dobrych kontaktów w obrębie grupy.

SPECJALISTA ZADANIOWY (*task specialist*): menedżer działań zbliżających grupę do osiągnięcia celu, spontanicznie wyłaniany w małej grupie zadaniowej.

SPIRALA PRZEMOCY (*spiral of coercion*): narastanie agresji we wzajemnych stosunkach jakichś stron wskutek odpowiadania przemocą na przemoc.

SPOŁECZNO-ADAPTACYJNA FUNKCJA POSTAWY (*social adaptation function*): funkcja postawy polegająca na ułatwianiu pożądanego autoprezentacji i podtrzymaniu więzi społecznych poświadczanych przez posiadacza postawy.

SPOŁECZNY DOWÓD SŁUSZNOŚCI (*social proof*): potwierdzenie słuszności jakiegoś sposobu działania, myślenia lub odczuwania przez podobieństwo do tego, co robią inni ludzie.

SPÓJNOŚĆ GRUPY (*cohesion*): suma sił skłaniających jednostki do pozostania w grupie, wynikająca z atrakcyjności innych członków grupy, atrakcyjności wykonywanego wspólnie zadania (zaangażowanie w zadanie) oraz z atrakcyjności całej grupy, czyli jej prestiżu (duma grupowa).

SPRAWDZENIE TRAFNOŚCI MANIPULACJI (*manipulation check*): pomiary dokonywane podczas eksperymentu w celu stwierdzenia, czy manipulacja wywołuje zamierzony przez badaczy stan lub proces psychiczny.

STATUS (*status*): prestiż, jakim poszczególnie -> pozycje społeczne obdarzane są w grupie i poza nią.

STATYSTYKA d (*d statistic*): różnica między średnim wynikiem jakiejś grupy (np. mężczyźni) a średnim wy-

nikiem innej grupy (np. kobiet), podzielona przez łączne dla obu grup odchylenie standardowe.

STEREOTYP (*stereotype*): uogólniona reprezentacja grupy osób wyodrębnionej z uwagi na jakąś łatwo zauważalną cechę określającą społeczną tożsamość (np. płeć, narodowość, wiek); reprezentacja ta jest podzielana przez jakąś społeczność (grupę, kulturę) i ma różne szczególne własności, jak sztywność, nadmierna ogólność i nietrafność.

STEREOTYP SPISKOWY (*conspiracy stereotype*): przeświadczenie, że jakaś grupa obca dąży do zapanowania nad grupą własną, działając w niejawny i podstępny sposób.

STEREOTYPYZACJA (*stereotyping*): używanie stereotypu w spostrzeganiu i sądach dotyczących konkretnej osoby.

STEREOTYPY PŁCI (*sex stereotypes, gender stereotypes*): społecznie podzielane przekonania, jakie cechy i zachowania są charakterystyczne (i pożądanego) dla kobiety i dla mężczyzny.

STOPA W DRZWIACH (*foot-in-the-door*): wzrost szansy na spełnienie prośby przez osobę, która uprzednio spełniła inną, mniejszą prośbę tego samego lub innego człowieka - jedna z technik wpływu społecznego.

STRATEGIA DIAGNOSTYCZNOŚCI (*diagnosticity strategy*): poszukiwanie informacji pozwalających najlepiej rozstrzygać między sprawdzaną hipotezą a jej alternatywami.

STRATEGIA KONFIRMACJI (*confirmatory strategy*): poszukiwanie informacji bardziej prawdopodobnych przy założeniu prawdziwości sprawdzanej hipotezy niż hipotez alternatywnych.

SUPLIKACJA (*supplication*): taktyka -> autoprezentacji, polegająca na

przedstawianiu siebie jako osoby bezradnej i „nieudacznika”.

SYGNAŁY WYWOMWC/K AGRESJI (*aggression cues*): bodźce, których pojawienie się wywołuje lub nasila agresję.

SYNDROM MYŚLENIA GRUTOWEGO (*groupthink*): podejmowanie błędnych decyzji przez (często kompetentny) zespół wskutek tego, że wewnętrzna dynamika grupowa (głównie motywacja do utrzymania —> spójności) przeważa nad motywacją do podjęcia decyzji merytorycznie zasadnych.

SYTUACJA DE/INDYUWIDUJĄCA (*de-individualizing situation*): sytuacja hamująca posługiwanie się osobistymi preferencjami i postawami jako przesłankami działania.

SYTUACJA INDYWIDUJĄCA (*individuating situation*): sytuacja uwypuklająca osobiste preferencje i postawy jako przesłanki działania.

SYTUACJA SKRYPTOWA (*scripted situation*): sytuacja, w której działanie zależy od —> skryptu, a nie osobistych preferencji lub postaw.

ŚWIECENIE PRZYKŁADEM (*figZeWiplification*): przedstawianie siebie jako osoby moralnej.

TENDENCYJNA KOMUNIKACJA INFORMACJI PODZIELANYCH (*biased communication of shared information*): skłonność przeciętnego członka grupy do częstszego poruszania w dyskusji i przekazywania innym tych informacji, które oni już znają (a więc informacji podzielanych), niż informacji niepodzielanych, które posiada tylko on sam.

TENDENCYJNOŚĆ OBSERWATORA (*observer bias*): skłonność obserwatora do asymilowania danych do włas-

nych oczekiwań, a więc tendencyjnego potwierdzania trafności tych drugich.

TEORIA ALTRUIZMU WZAJEMNEGO (*reciprocated altruism theory*): koncepcja zakładająca, że pomaganie innym osobnikom nasila dzięki sekwencyjnej wzajemności szansę przetrwania i reprodukcji osobnika pomagającego.

TEORIA AUTOPBRCBPCJI (*self-perception theory*): jedna z teorii —> atrybucji; zakłada, że własne postawy i cechy rozpoznajemy w sposób podobny do tego, w jaki rozpoznajemy stany i postawy innych ludzi - na podstawie obserwacji (własnego) zachowania i warunków, w jakich ma ono miejsce.

TEORIA DOSTOSOWANIA ŁĄCZNEGO (*joint fitness theory*): koncepcja zakładająca, że sukces reprodukcyjny zależy od przekazania genów nie tylko własnemu potomstwu, lecz także od przekazania tych samych genów przez osobniki blisko spokrewnione (nie będące dziećmi danego osobnika).

TEORIA DWUTOROWOŚCI PERSWAZJI (*dual-process model of persuasion*): teoria zakładająca, że perswazja może przebiegać torem —> centralnym, jeżeli motywacja i możliwości przetwarzania informacji są duże, lub torem —> peryferyjnym, jeżeli motywacja i/lub możliwości przetwarzania są małe.

TEORIA DZIAŁAŃ PRZEMYŚLANYCH (*theory of reasoned action*): teoria zakładająca, że postawa wpływa na działanie za pośrednictwem świadomej intencji, która zależy od postawy wobec działania i subiektywnej normy.

TEORIA FRUSTRACJI—AGRESJI (*frustration-aggression theory*): teoria gło-

sząca, że —> frustracja prowadzi zawsze do —> agresji, a każda agresja ma swe źródło we frustracji.

TEORIA NAKŁADÓW RODZICIELSKICH (*parental investment theory*): teoria wyjaśniająca różnice w zachowaniach reprodukcyjnych u gatunków cechujących się asymetrią nakładów rodzicielskich osobników różnych płci.

TEORIA OPANOWYWANIA TRWOGI (*terror management theory*): teoria zakładająca, że pozytywna samoocena wynika ze zgodności własnego postępowania z normami kulturowymi, co zapewnia symboliczną nieśmiertelność; dzięki temu wysoka samoocena chroni przed trwogą (lękiem przed śmiercią) i innymi lękami.

TEORIA PRZEDMIOTOWEJ SAMOŚWIADOMOŚCI (*objective self-awareness theory*): teoria zakładająca, iż koncentracja świadomej uwagi na ja powoduje wzrost dolegliwości sprawianych przez niezgodność zachowania ze standardami, a w konsekwencji dostosowanie zachowania do standardów.

TEORIA STRATEGII SEKSUALNYCH (*sexual strategies theory*): teoria wyjaśniająca zróżnicowanie upodobań i preferencji heteroseksualnych jako rezultat odmiennych —> adaptacji kobiet i mężczyzn do związków krótko- i długoterminowych.

TEORIA STRUKTURALNO-SPOŁECZNA (*socio-structural theory*): teoria wyjaśniająca zróżnicowanie mężczyzn i kobiet jako skutek ich odmiennego położenia w strukturze władzy i dostosowania do spełniania innych zadań.

TEORIA TOŻSAMOŚCI SPOŁECZNEJ (*social identity theory*): teoria zakładająca, że:

- (1) ludzie dzielą napotykanych ludzi na kategorie,
- (2) w przypadku społecznych kategoryzacji jedna identyfikuje zawsze własną kategorię podmiotu (my), zaś pozostałe identyfikują grupy obce oraz
- (3) ważnym źródłem pozytywnej samooceny jest dla ludzi przynależność do cenionych grup społecznych.

TEORIA TRANSFERU POBUDZENIA (*eX-citation transfer theory*): teoria zakładająca, że pochodzące z różnych źródeł pobudzenie emocjonalne sumuje się w organizmie i zwykle przypisywane jest w całości jednemu tylko czynnikowi.

TEORIA WPLYWU SPOŁECZNEGO (*social impact theory*): teoria zakładająca, że wpływ ten jest funkcją iloczynu siły przekonywania osób wywierających wpływ, ich bliskości do osoby, na którą wpływ jest wywierany i liczby osób wpływ wywierających.

TEORIA ZACHOWANIA PLANOWANEGO (*theory of planned behavior*): teoria zakładająca, że postawa wpływa na działanie za pośrednictwem świadomej intencji, która zależy od postawy wobec działania, subiektywnej normy i postrzeganej kontroli nad zachowaniem.

TOŻSAMOŚĆ OSOBISTA (*personal identity*): doświadczanie siebie samego jako niepowtarzalnej jednostki różniącej się od innych jednostek; wiąże się z podziałem świata społecznego na kategorie „ja-inni” i wyodrębnieniem wiedzy o własnych cechach, które najsilniej odróżniają jednostkę od innych członków własnej grupy.

TOŻSAMOŚĆ SPOŁECZNA (*social identity*): doświadczanie siebie samego jako członka grupy, z którą człowiek się utożsamia, różniącej się od innych

grup społecznych; wiąże się z podziałem świata społecznego na kategorie „my-oni”.

TRAFNOŚĆ (*validity*): dokładność, z jaką test psychologiczny (np. kwestionariusz) mierzy to, co ma mierzyć w myśl założeń jego twórców; por. —> rzetelność.

TRAFNOŚĆ WEWNĘTRZNA BADANIA (*internal validity*): wielkość efektu stwierdzonego w badaniu, szczególnie różnicy między grupą eksperymentalną i kontrolną; badanie jest trafne, gdy wielkość tej różnicy istotnie przekracza zero.

TRAFNOŚĆ /HWNUTRZNA BADANIA (*external validity*): możliwość uogólniania wyników uzyskanych w badaniu na inne, niezbadane osoby i sytuacje.

TRANSFORMACYJNY PRZYWÓDCA -> charyzmatyczny przywódca.

TRÓJSKŁADNIKOWA TEORIA MIŁOŚCI (*triangular theory of love*): koncepcja zakładająca, iż na miłość składają się trzy składniki o odmiennej naturze i dynamice: -> intymność, —» namiętność i —» zobowiązanie.

TYPIZACJA RODZAJOWA (*gender-typing*): utożsamianie się przez jednostkę z cechami stereotypowo męskimi lub kobiecymi przy jednoczesnym odrzuceniu (traktowaniu jako niewłasnych) cech typowych dla pozostałej z płci.

UKRYTA TEORIA OSOBOWOŚCI (*implicit theory of personality*): bezwiednie używane przekonania o tym, jakie cechy ludzi współwystępują ze sobą nawzajem; pozwalają wyciągać wnioski o dalszych cechach człowieka na podstawie cech już zaobserwowanych.

UNIKAJĄCY STYL PRZYWIĄZANIA (*avoidant attachment style*): styl

przypięwania cechujący się lękiem przed intymnością i zaprzeczaniem własnej potrzeby więzi.

UPRZEDZENIE (*prejudice*): postawa (zwykle negatywna) w stosunku do jakiejś osoby wykształcona wyłącznie na podstawie przynależności tej osoby do jakiejś grupy społecznej.

USPRAWIEDLIWIENIA (*justifications*): taktyka —> autoprezentacji polegająca na akceptowaniu własnej odpowiedzialności przy jednoczesnym przekonywaniu, że „długoterminowe” korzyści z naszych działań przewyższają „pozorne” lub „krótkoterminowe” szkody.

UWIKLANIE; W DIALOG (*dialog*): wzrost uległości pod wpływem nawiązywania dialogu przez osobę wywierającą wpływ z osobą jemu poddaną.

"WARTOŚCI (*values*): przekonania o pożądanym stanach docelowych lub zachowaniach, które wykraczają poza specyficzne sytuacje, kierują wyborami i ocenami (zdarzeń, zachowań) oraz są uporządkowane według względnej ważności.

WARTOŚCI EGOISTYCZNE (*egoistic, self-enhancement values*): wartości wyrażające koncentrację na własnym interesie ich posiadacza (Władza, Osiągnięcia, Hedonizm i różne ich konkretyzacje).

WARTOŚCI PROPOSPOLIOTCZNE; (prosocial, self-transcendence values): wartości wyrażające koncentrację na niewłasnych interesach (Uniwersalizm, Życzliwość i różne ich konkretyzacje).

WARUNKOWANIE) KLASYCZNE! (*classical conditioning*): proces nabywania znaczenia przez jakiś bodziec pierwotnie obojętny wskutek jego współ-

występowania z innym bodźcem wywołującym pozytywną lub negatywną reakcję emocjonalną.

WARUNKOWANIE; SPRAWCZE; (operant conditioning, instrumental conditioning): proces nabywania znaczenia przez jakąś pierwotnie obojętną reakcję dzięki temu, że po tej reakcji pojawia się bodziec wywołujący pozytywną lub negatywną reakcję emocjonalną.

WIARYGODNOŚĆ NADAWCY (*source credibility*): zdolność nadawcy do wywoływania silnych zmian w postawach; zależy od jego kompetencji, atrakcyjności i podobieństwa do odbiorcy oraz bezinteresowności.

WŁADZA (*power*): zdolność jednostki do wywierania większego wpływu na innych niż oni mogą wywrzeć na tę jednostkę.

WPLYW SPOŁECZNY (*social influence*): zmiana przekonań, uczuć lub zachowania pod wpływem tego, co myślą, czują lub robią inni ludzie.

WSPARCIE; SPOŁECZNE (*social support*): interakcje, dzięki którym ludzie nawzajem sobie pomagają oraz tworzą sieć kontaktów i związków spostrzeganych jako źródło akceptacji, troski i ewentualnej pomocy w razie potrzeby

WSPÓLZALEŻNOŚĆ SPOŁECZNA (*social interdependence*): sytuacja społeczna, w której wyniki zachowań jednej osoby (lub grupy) zależą od tego, co zrobi inna osoba (grupa).

WYCZERPANIE WOLI (*ego-depletion*): przejściowy spadek siły woli (np. zdolności do samokontroli) wskutek niedawnego dokonania innego aktu woli.

WYJŚCIE; (exit): aktywna i destruktywna —> reakcja na niezadowolenie z bliskiego związku; polega na jego

niszczeniu.

WYMÓWKI (*excuses*): taktyka —> auto-prezentacji, polegająca na zaprzeczaniu intencji wyrządzenia szkody i/lub przekonywaniu, że nie miało się kontroli nad przebiegiem zachowania lub jego wynikami.

WYMUSZONA ZGODA (*forced compliance*): sytuacja, w której człowiek z pozoru dobrowolnie, a w rzeczywistości z powodu subtelnych nacisków zewnętrznych zachowuje się sprzecznie z własnymi postawami.

WYRAZISTOŚĆ (*salience*): własność człowieka lub innego obiektu, która czyni go figurą na tle; wyraziste są bodźce jaskrawe, hałaśliwe, niezwykle, nieoczekiwane i silnie odróżniające się od innych bodźców występujących w danej sytuacji.

ZAANGAŻOWANIE; (*involvement*): w perswazji - silna motywacja odbiorcy do reagowania na przekaz, co może wynikać ze związku kwestii poruszanej w przekazie z bieżącymi celami odbiorcy, z powiązania tej kwestii z ważnymi dla odbiorcy wartościami, bądź z procesu autoprezentacji.

ZAANGAŻOWANIE; W DZIAŁANIE (*commitment*): wzrost skłonności do angażowania się w jakieś działanie wskutek decyzji o jego podjęciu, lub do kontynuacji działania (pomimo nowych kosztów) wskutek jego podjęcia.

ZACHOWANIA WIĄŻĄCE (*bonding behavior*): zachowania, których główną lub jedyną funkcją jest budowanie i podtrzymywanie więzi z innym człowiekiem.

ZAKOCHANIE; (*falling in love*): pierwsza z —> faz miłości, cechuje się namiętnością i nieobecnością intymności i zobowiązań.

ZAŁEZNOŚCIOWY MODEL PRZYWÓDZ-TWA (*contingency model of leadership*): teoria zakładająca, że skuteczność różnych stylów przywództwa uzależniona jest od warunków działania przywódcy, w szczególności, że styl → autokratyczny jest skuteczny w warunkach skrajnie sprzyjających lub niesprzyjających liderowi, zaś styl → demokratyczny jest skuteczny w warunkach umiarkowanie sprzyjających.

ZAŁEZNOŚĆ PAMIECI OD STANU ORGANIZMU (*state dependent memory*): lepsze przypominanie informacji w stanie podobnym do tego, w jakim się było w momencie ich zapamiętywania.

ZAŁEZNOŚĆ POZORNA (*spurious relation*): zależność w rzeczywistości nieistniejąca, choć pozornie występuje dzięki skorelowaniu każdej ze zmiennych z jakąś zmienną trzecią; np. związek dojrzałości społecznej z długością stopy dziecka jest pozorny, ponieważ wynika jedynie z silnej korelacji każdej z tych dwu zmiennych z wiekiem.

ZAMROŻENIE DECYZJI (*decision freezing*): poddecyzyjne zmiany subiektywnej atrakcyjności opcji między którymi się wybierało - wzrost atrakcyjności opcji wybranej, spadek odrzuconej.

ZANIEDBANIE (*neglect*): bierna i destruktywna → reakcja na niezadowolenie z bliskiego związku; polega na ignorowaniu problemu i/lub partnera.

ZASADA POMNIEJSZANIA (*discounting principle*): reguła dokonywania -> atrybucji, polegająca na tym, że obserwator pomniejsza rolę jakiejś przyczyny zachowania, jeżeli w danej sytuacji działają jeszcze inne możliwe przyczyny tego samego zachowania.

ZASADA POWIĘKSZANIA (*augmentation principle*): reguła dokonywania → atrybucji, polegająca na tym, że obserwator powiększa rolę danej przyczyny zachowania, jeżeli w danej sytuacji działają czynniki hamujące zaobserwowane zachowanie.

ZAUFANIE (*trust*): w bliskich związkach - uogólnione oczekiwanie, że partner będzie starał się troszczyć o nasze dobro i zaspokajać nasze potrzeby.

ZGODNOŚĆ PAMIĘCI Z NASTROJEM (*mood congruence effect*): lepsze zapamiętywanie i przypominanie informacji zgodnych z aktualnym nastrojem.

ZGODNOŚĆ POZNAWCZA (*cognitive consistency*): stan zgodności wewnątrz systemu przekonań człowieka lub między przekonaniami a zachowaniem.

ZJAWISKO OBOJĘTNEGO PRZECHODNIA (*bystander effect*): prawidłowość polegająca na tym, że im więcej świadków przygląda się zdarzeniu, w którym człowiekowi potrzebna jest pomoc, tym rzadziej pomoc ta jest udzielana.

ZJAWISKO SAMEJ EKSPOZYCJI (*mere exposure effect*): lubienie osoby lub obiektu wskutek samego wzrostu częstości ich napotykania.

ZŁUDZKNIE „PIĘKNE JEST DOBRE” (*beautiful is good illusion*): bezwiednie wykorzystywane przekonanie, że osoby atrakcyjne fizycznie obdarzone są też dodatnimi cechami osobowości i charakteru.

ZŁUDZENIE MĄDROŚCI PO FAKCIE (*hindsight effect*): pojawiające się po jakimś zdarzeniu mylne przekonanie, że jeszcze przed zdarzeniem wiedziało się o jego nieuchronności. **ZMIENNA** (*variable*): aspekt psychiki, zachowania lub sytuacji, który jest mierzony w badaniu lub celowo modyfikowany przez badaczy.

ZMIENNA NIEZALEŻNA (*independent variable*): przypuszczalna przyczyna zjawiska, które badacze chcą wyjaśnić - zmienna, której obecnością lub natężeniem badacze manipulują w eksperymencie, aby stwierdzić, czy wywoła to zmiany w interesującej ich → zmiennej zależnej.

ZMIENNA ZAŁEZNA (*dependent variable*): właściwość psychiki lub zachowania, pod względem której ludzie różnią się, a badacze próbują stwierdzić w → eksperymencie, od czego różnice te zależą, a w szczególności, czy zależą od interesujących ich → zmiennych niezależnych.

ZOBOWIĄZANIE (*commitment*): decyzja o stabilizacji bliskiego związku i zachowania mające na celu jego podtrzymanie; jeden ze składników miłości według → trójskładnikowej teorii miłości.

ZWIĄZEK KOMPLETNY (*complete love*): trzecia z → faz miłości, cechuje się

występowaniem wszystkich trzech składników miłości: → namiętności, → intymności i → zobowiązania.

ZWIĄZEK PUSTY (*empty love*): piąta z → faz miłości, cechuje się zobowiązaniem przy zaniku → namiętności i → intymności.

ZWIĄZKI OPARTE NA WSPÓLNOCIE (*communal relationships*): związki międzyludzkie cechujące się osobistą odpowiedzialnością za partnera i powiązaniem jego osoby z własnym ja, dużą trwałością, brakiem rejestracji indywidualnych wkładów we wspólne wyniki i pomaganiem partnerowi w niezależnie od sytuacji.

ZWIĄZKI OPARTE NA WYMIANIE (*exchange relationships*): oparte na bilansie strat i zysków związki międzyludzkie, cechujące się brakiem osobistej odpowiedzialności za partnera, rejestracją indywidualnych wkładów we wspólne wyniki i pomaganiem partnerowi w zależności od sytuacji.

BIBLIO GRAFIA

- Abbey A, (1982). Sex differences in attribution for social behavior: Do males misperceive female's friendliness? *Journal of Personality and Social Psychology*, 32, s. 830-838.
- Abelson R.P. (1982). Three modes of attitude-behavior consistency, w: M.P. Zanna, E.T. Higgins, C.P. Herman (red.), *Consistency in Social Behavior: The Ontario Symposium* (t. 2, s. 131-146). Hillsdale: Erlbaum.
- Abra J. (1993). Competition: Creativity's vilified motive. *Genetic, Social, and General Psychology Monographs*, 119, s. 289-342.
- Ainsworth M.D.S., Blehar M.C., Waters E., Wall S. (1978). *Patterns of Attachment: A Psychological Study of the Strange Situation*. Hillsdale, N.J.: Erlbaum.
- Ajzen I. (1988). *Attitudes, Personality and Behavior*. Milton Keynes: Open University Press.
- Ajzen I., Fishbein M. (1977). Attitude-behavior relations: A theoretical analysis and review of empirical research. *Psychological Bulletin*, 84, s. 888-918.
- Ajzen I., Fishbein M. (1980). *Understanding Attitudes and Predicting Social Behavior*. Englewood Cliffs, N.J.: Prentice Hall.
- Aldag R.J., Fuller S.R. (1993). Beyond fiasco: A reappraisal of the groupthink phenomenon and a new model of group decision processes. *Psychological Bulletin*, 113, s. 533-552.
- Alicke M.D., Klotz M., Breitenbrecher D.L., Yurak T.J., Vredenburg D.S. (1995). Personal contact, individuation, and the better-than-average effect. *Journal of Personality and Social Psychology*, 68, s. 804-825.
- Allen V.J., Levine J.M. (1971). Social support and conformity: The role of independent assessment of reality. *Journal of Experimental Social Psychology*, 4, s. 48-58.
- Allport G.W. (1954). *The Nature of Prejudice*. Garden City, N.Y.: Doubleday.
- Amato P.R., Keith B. (1991). Parental divorce and the well-being of children: A meta-analysis. *Psychological Bulletin*, 110, s. 26-46.
- Anderson CA. (1988). Temperature of aggression: Effects of quarterly, yearly and city rates of violent and nonviolent crime. *Journal of Personality and Social Psychology*, 52, s. 1161-1173.
- Anderson CA. (1989). Temperature and aggression: Ubiquitous effects of heat on occurrence of human violence. *Psychological Bulletin*, 106, s. 74—96.
- Anderson CA., Benjamin A.J. Jr., Bartolow B.D. (1998). Does the gun pull the trigger? Automatic priming effects of weapon pictures and weapon names. *Psychological Science*, 9, s. 308-314.
- Anderson N.H. (1981). *Foundations of Information Integration Theory: Concepts and Applications*. Chichester: Wiley.

Andreoli V., Worchel S. (1978). Effects of media, communicator, and message position on attitude change. *Public Opinion Quarterly*, 42, s. 59-70. Anthony T., Cooper C, Mullen B. (1992). Cross-racial facial identification: A social cognitive integration. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 18, s. 296-301. Archer D., Iritani B., Kimes D.D., Barrios M. (1983). Face-ism: Five studies of sex differences in facial prominence. *Journal of Personality and Social Psychology*, 47, s. 725-735.

Arendt H. (1963). *Eichmann in Jerusalem*. New York: Viking. Aron A., Westbay L. (1996). Dimensions of the prototype of love. *Journal of Personality and Social Psychology*, 70, s. 535-551. Aronson E. (1969). The theory of cognitive dissonance: A current perspective. *Advances in Experimental Social Psychology*, 4, s. 1-34. Aronson E. (2000). *Człowiek - istota społeczna* (przekł. J. Radzicki, wyd. 2). Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN. Aronson E. (red.), (2001). *Człowiek - istota społeczna. Wybór tekstów* (przekł. J. Radzicki i in.). Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN. Aronson E., Carlsmith J.M. (1963). The effect of the severity of threat on the devaluation of the forbidden behavior. *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 66, s. 584-588. Aronson E., Ellsworth P.C., Carlsmith J.M., Gonzales M.H. (1990). *Methods in Research in Social Psychology* (wyd. 2). New York: McGraw Hill. Aronson E., Mills J. (1959). The effect of severity of initiation on liking for a group. *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 59, s. 177-181. Aronson E., Turner J.A., Carlsmith J.M. (1963). Communicator credibility and communication discrepancy as determinants of opinion change. *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 67, s. 31-36. Aronson E., Wieczorkowska G. (2001). *Kontrola naszych myśli i uczuć*. Warszawa: Jacek Santorski & Co Wydawnictwo. Aronson E., Worchel P. (1966). Similarity vs. liking as determinants of interpersonal attractiveness. *Psychonomic Science*, 5, s. 157-158. Asch S.E. (1946). Forming impressions of personality. *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 41, s. 258-290. Asch S.E. (1951). Effects of group pressure upon the modification and distortion of judgement, w: H. Guetzkow (red.), *Groups, Leadership and Men*. Pittsburgh: Carnegie. Asch S.E. (1956). Studies of independence and conformity: A minority of one against a unanimous majority. *Psychological Monographs*, 70 (9, whole No. 416). Averill J.R., Boothroyd P. (1977). On falling in love in conformance with the romantic ideal. *Motivation and Emotion*, 1, s. 235-247.

Bakan D. (1966). *The Duality of Human Existence*. Chicago: Rand McNally. Baker R.R., Bellis M.A. (1995). *Human Sperm Competition*. London: Chapman Hali. Bales R.F. (1950). *Interaction Process Analysis: A Method for the Study*

of Small

Groups. Cambridge: Addison-Wesley.

- Bales R.F., Slater P.E. (1955). Role differentiation in small decision making groups, w: T. Parsons (red.), *Family Socialization and Interaction Processes* (s. 47-85). New York: Free Press.
- Bandura A. (1969). *Principles of Behavior Modification*. New York: Holt, Rinehart Winston.
- Bandura A. (1973). *Aggression: A Social Learning Analysis*. Englewood Cliffs, N.J.: Prentice Hall Inc.
- Bandura A. (1977). *Social Learning Theory*. Englewood Cliffs: Prentice Hall.
- Bandura A. (1986). *Social Foundations of Thought and Action*. Englewood Cliffs, N.J.: Prentice Hall Inc.
- Bandura A., Ross D., Ross S.A. (1961). Transition of aggression through imitation of aggressive models. *Journal of Abnormal Social Psychology*, 63, s. 575-582.
- Bandura A., Ross D., Ross S.A. (1963). Imitation of film-mediated aggressive models. *Journal of Abnormal Social Psychology*, 66, s. 3—11.
- Bandura A., Walters R.H. (1968). *Agresja w okresie dorastania* (przekł. J. Radziński). Warszawa, Państwowe Wydawnictwo Naukowe.
- Bargh J.A. (1984). Automatic and conscious processing of social information, w: R.S. Wyer, Jr, T.K. Srull (red.), *Handbook of Social Cognition* (t. 3, s. 1-44). Hillsdale, N.J.: Erlbaum.
- Bargh J.A. (1989). Controlled automaticity: Varieties of automatic influence in social perception and cognition, w: J.S. Uleman, J.A. Bargh (red.), *Unintended Thought* (s. 3-51). New York: Guilford Press.
- Bargh J.A., Chaiken S., Raymond P., Hymes C. (1996). The automatic evaluation effect: Unconditional automatic attitude activation. *Journal of Experimental Social Psychology*, 32, s. 104-128.
- Bargh J.A., Chen M., Burrows L. (1996). Automaticity of social behavior: Direct effects of trait construct and stereotype activation on action. *Journal of Personality and Social Psychology*, 71, s. 230-244.
- Barnes R.D., Ickes W., Kidd R.F. (1979). Effects of the perceived intentionality and stability of another's dependency on helping behavior. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 5, s. 367-372.
- Baron R.A. (1977). *Human Aggression*. New York: Plenum Press.
- Baron R.A. (1979). Aggression and heat: The "long hot summer" revisited, w: A. Baum, J.E. Singer, S. Valins (red.), *Advances in Environmental Psychology* (s. 57-84). Hillsdale: Erlbaum.
- Baron R.M., Kenny D.A. (1986). The moderator-mediator variable distinction in social psychological research: Conceptual, strategic, and statistical considerations. *Journal of Personality and Social Psychology*, 51, s. 1173-1182.
- Baron R.S. (1986). Distraction-conflict theory: Progress and problems. *Advances in Experimental Social Psychology*, 20, s. 1-40.
- Bartlett F.C. (1932). *Remembering: A Study in Experimental and Social Psychology*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Bass B.M., Avolio B.J. (1993). Transformational leadership: A response to the critiques, w: M.M. Chemers, R. Ayman (red.), *Leadership Theory and Research* (s. 49-77). New York: Academic Press.
- Batson CD. (1991). *The Altruism Question: Toward a Social-Psychological Answer*. Hillsdale, N.J.: Erlbaum.
- Baumeister R.F. (1995). Self and identity: An introduction, w: A. Tesser (red.), *Advanced Social Psychology* (s. 51-97). New York: McGraw Hill Inc.
- Baumeister R.F., Heatherton T.F., Tice D. (1994). *Losing Control: How and Why People Fail at Self-Regulation*. San Diego, CA: Academic Press.
- Baumeister R.F., Leary M.R. (1995). The need to belong: Desire for interpersonal attachments as a fundamental human motivation. *Psychological Bulletin*, 117, s. 497-529.
- Baumeister R.F., Tice D.M., Hutton D.G. (1989). Self-presentational motivations and personality differences in self-esteem. *Journal of Personality*, 57, s. 547-579.
- Bem D. (1967). Self-perception: An alternative interpretation of cognitive dissonance phenomena. *Psychological Review*, 74, s. 183-200.
- Bem D.J. (1972). Self-perception theory. *Advances in Experimental Social Psychology*, 6, s. 1-62.
- Bem S.L. (1974). The measurement of psychological androgyny. *Journal of Clinical and Consulting Psychology*, 42, s. 155-162.
- Bem S.L. (2000). *Męskość, kobiecość. O różnicach wynikających z płci*. (przekł. S. Pikiel) Gdańsk: Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne.
- Bensley L.S., Wu R. (1991). The role of psychological reactance in drinking following alcohol prevention messages. *Journal of Applied Social Psychology*, 21, s. 1111-1124.
- Berkowitz L. (1965). The concept of aggressive drive: Some additional considerations. *Advances in Experimental Social Psychology*, 2, s. 301-327.
- Berkowitz L. (1968). Impulse, aggression and the gun. *Psychology Today*, 2(4), s. 18-22.
- Berkowitz L. (1972). Social norms, feelings, and other factors affecting helping and altruism. *Advances in Experimental Social Psychology*, 6, s. 63-108.
- Berkowitz L. (1987). Mood, self-awareness, and willingness to help. *Journal of Personality and Social Psychology*, 52, s. 721-729.
- Berkowitz L. (1989). Frustration-aggression hypothesis: Examination and reformulation. *Psychological Bulletin*, 106, s. 59-73.
- Berkowitz L., Heimer K. (1989). On the construction of anger experience: Aversive events and negative priming in the formation of feelings. *Advances in Experimental Social Psychology*, 22, s. 1-37.
- Berkowitz L., LePage A. (1967). Weapons as aggression-eliciting stimuli. *Journal of Personality and Social Psychology*, 7, s. 202-207.
- Berscheid E. (1983). Emotion, w: H.H. Kelley, E. Berscheid, A. Christensen, J.H. Harvey, T.L. Huston, G. Levinger, E. McClintock, L.A. Peplau, D.R. Peterson (1983). *Close Relationships* (s. 110-168). New York: W.H. Freeman Co.
- Berscheid E., Boye D., Darley J. (1968). Effect of forced association upon voluntary choice of associate. *Journal of Personality and Social Psychology*, 8, s. 13-19.
- Berscheid E., Walster E. (1974). A little bit about love, w: T.L. Huston (red.), *Foundations of Interpersonal Attraction* (s. 355-381). New York: Academic Press.

- Bettencourt B.A., Miller N. (1996). Gender differences in aggression as a function of provocation: A meta-analysis. *Psychological Bulletin*, 119, s. 422-447.
- Bickman L. (1974). The social power of a uniform. *Journal of Applied Social Psychology*, 4, s. 47-61.
- Biernat M., Billings L.S. (2001). Standards, expectancies, and social comparison, w: A. Tesser, N. Schwarz (red.), *Blackwell Handbook of Social Psychology: Intraindividual Processes* (s. 257-283). Oxford: Blackwell Publishers.
- Biernat M., Kobrynowicz D. (1997). Gender- and race-based standards of competence: Lower minimum standards but higher ability standards for devalued groups. *Journal of Personality and Social Psychology*, 72, s. 544-557.
- Bjorkvist K., Osterman K., Lagerspitz K.M.J. (1994). Sex differences in covert aggression among adults. *Aggressive Behavior*, 20, s. 27-33.
- Blanchard C.D., Blanchard R.J. (1986). Punishment and aggression: A critical reexamination, w: R.J. Blanchard, C.D. Blanchard (red.), *Advances in the Study of Aggression* (t. 2, s. 121-164). Orlando: Academic Press.
- Blandford D.H., Sampson E.E. (1964). Induction of prestige suggestion through classical conditioning. *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 69, s. 332-337.
- Blanton H., Pelham B.W., DeHart T., Carvallo M. (2001). Overconfidence as dissonance reduction. *Journal of Experimental Social Psychology*, 37, s. 373-385.
- Blascovich J., Ginsburg G.P., Veach T.L. (1975). A pluralistic explanation of choice shifts on the risk dimension. *Journal of Personality and Social Psychology*, 31, s. 422-429.
- Bless H.M. (2001). The consequences of mood on the processing of social information, w: A. Tesser, N. Schwarz (red.), *Blackwell Handbook of Social Psychology: Intraindividual Processes* (s. 391-412). Oxford: Blackwell Publishers.
- Bless H., Bohner G., Schwarz N., Strack F. (1990). Mood and persuasion: A cognitive response analysis. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 16, s. 331-345.
- Block J., Robins R.W. (1993). A longitudinal study of consistency and change in self-esteem from early adolescence to early childhood. *Child Development*, 64, s. 909-923.
- Bodenhausen G.V. (1990). Stereotypes as judgmental heuristics: Evidence of circadian variations in discrimination. *Psychological Science*, 1, s. 319-322.
- Bodenhausen G.V., Macrae C.N. (1999). Samoregulacja w spostrzeganiu międzygrupowym: mechanizmy i skutki tłumienia stereotypów, w: C.N. Macrae, C. Stangor, M. Hewstone (red.), *Stereotypy i uprzedzenia. Najnowsze ujęcie* (przekł. M. Majchrzak i in.) (s. 39-65). Gdańsk: Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne.
- Bolger N., Zuckerman A., Kessler R.C. (2000). Invisible support and adjustment to stress. *Journal of Personality and Social Psychology*, 79, s. 953-961.
- Bond C.F., Jr (1985). The next-in-line effect: Encoding or retrieval deficit? *Journal of Personality and Social Psychology*, 48, s. 853-862.
- Bond C.F., Titus L.J. (1983). Social facilitation: A metaanalysis of 241 studies. *Psychological Bulletin*, 94, s. 265-292.

Boninger D.S., Krosnick J.A., Berent M.K. (1995). Origins of attitude importance: Self-interest, social identification, and value relevance. *Journal of Personality and Social Psychology*, 68, s. 61-80.

Borden R.J. (1975). Witnessed aggression: Influence of an observer's sex and values on aggressive responding. *Journal of Personality and Social Psychology*, 31, s. 567-573.

Borkenau P. (1990). Traits as ideal-based and goal-derived social categories. *Journal of Personality and Social Psychology*, 58, s. 381-396.

Bornstein R.F. (1989). Exposure and affect: Overview and meta-analysis of research, 1968-1987. *Psychological Bulletin*, 106, s. 265-289.

Bower G.H. (1981). Mood and memory. *American Psychologist*, 36, s. 129-148.

Bower G.H., Black J.B., Turner J.T. (1979). Scripts in memory for texts. *Cognitive Psychology*, 11, s. 177-220.

Bowlby J. (1988). *A Secure Base: Parent/Child Attachment and Healthy Human Development*. New York: Basic Books.

Brannon L. (2002). *Psychologia rodzaju* (przekł. M. Kacmajor). Gdańsk: Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne.

Bray R.M., Johnson D., Chilstrom J.T., Jr (1982). Social influence by group members with minority opinions: A comparison of Hollander and Moscovici. *Journal of Personality and Social Psychology*, 43, s. 78-88.

Brehm J.W. (1956). Post-decision changes in the desirability of choice alternatives. *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 52, s. 384-389.

Brehm J.W. (1966). *A Theory of Psychological Reactance*. New York: Academic Press.

Brehm J.W., Cole H. (1966). Effects of a favor which reduces freedom. *Journal of Personality and Social Psychology*, 3, s. 420-426.

Brehm S.S., Brehm J.W. (1981). *Psychological Reactance*. New York: Academic Press.

Brennan K.A., Shaver P. (1995). Dimensions of adult attachment, affect-regulation, and romantic relationship functioning. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 21, s. 267-283.

Brickman P., Redfield J., Harrison A.A., Crandall (1972). Drive and predisposition as factors in the attitudinal effects of mere exposure. *Journal of Experimental Social Psychology*, 8, s. 31-44.

Brock T.C. (1965). Commitment to exposure as a determinant of information receptivity. *Journal of Personality and Social Psychology*, 2, s. 10-19.

Brockner J. (1983). Low self-esteem and behavioral plasticity. Some implications, w: L. Wheeler, P. Shaver (red.), *Review of Personality and Social Psychology* (t. 4, s. 237-271). Beverly Hills: Sage.

Brockner J., Hulton A.J. (1978). How to reverse the vicious cycle of low self-esteem individuals. *Journal of Experimental Social Psychology*, 14, s. 564-578.

Brockner J., Lloyd K. (1986). Self-esteem and likability: Separating fact from fantasy. *Journal of Research in Personality*, 20, s. 496-508.

Brockner J., Swap W.C. (1976). Effects of repeated exposure and attitudinal similarity on self-disclosure and interpersonal attraction. *Journal of Personality*

and *Social Psychology*, 33, s. 531-540.

- Bromley D.B. (1993). *Reputation, Image, and Impression Management*. Chichester: Wiley.
- Bryan J.H., Test M.A. (1967). Models and helping: Naturalistic studies in aiding behavior. *Journal of Personality and Social Psychology*, 6, s. 400-407.
- Brycz H., Wojciszke B. (1992). Personality impressions on ability and morality trait dimensions. *Polish Psychological Bulletin*, 23, s. 223-236.
- Brzeziński J. (1978). *Elementy metodologii badań psychologicznych*. Warszawa: Państwowe Wydawnictwo Naukowe.
- Brzeziński J. (1997). *Metodologia badań psychologicznych* (wyd. 2). Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Brzeziński J., Siuta J. (red.), (1991). *Spółeczny kontekst badań psychologicznych i pedagogicznych. Wybór tekstów*. Poznań: Wydawnictwo Naukowe UAM.
- Brzozowski P. (1986). Polska wersja testu wartości Rokeacha i jej teoretyczne podstawy. *Przegląd Psychologiczny*, 39, s. 527-540.
- Burger J.M. (1986). Increasing compliance by improving the deal: The that's-not-all technique. *Journal of Personality and Social Psychology*, 51, s. 277-283.
- Burnstein E. (1982). Persuasion as argument processing, w: M. Brandstatter, M.H. Davis, G. Stocker-Kriechgauer (red.), *Group Decision Processes* (s. 103-124). New York: Academic Press.
- Burnstein E., Crandall C., Kitayama S. (1994). Some neo-Darwinian rules for altruism: Weighing cues for inclusive fitness as a function of the biological importance of the decision. *Journal of Personality and Social Psychology*, 67, s. 773-789.
- Burnstein E., Worchel P. (1962). Arbitrariness of frustration and its consequences for aggression in a social situation. *Journal of Personality*, 30, s. 528-540.
- Bushman B.J. (1984). Perceived symbols of authority and their influence on compliance. *Journal of Applied Social Psychology*, 14, s. 501-508.
- Bushman B.J., Anderson C.A. (2001). Media violence and the American public. *American Psychologist*, 56, 477-489.
- Bushman B.J., Baumeister R.F., Stack A.D. (1999). Catharsis, aggression, and persuasive influence: Self-fulfilling or self-defeating prophecies? *Journal of Personality and Social Psychology*, 76, s. 367-376.
- Bushman B.J., Cooper H.M. (1990). Effects of alcohol on human aggression: An integrative research review. *Psychological Bulletin*, 107, s. 341-354.
- Buss A.H. (1966). Instrumentality of aggression, feedback and frustration as determinants of physical aggression. *Journal of Personality and Social Psychology*, 3, s. 153-162.
- Buss A.H. (1971). Aggression pays, w: J. L. Singer (red.), *The Control of Aggression and Violence: Cognitive and Physiological Factors*. New York: Academic Press.
- Buss D.M. (1989). Sex differences in human mate preferences: Evolutionary hypotheses tested in 37 cultures. *Brain and Behavioral Sciences*, 12, s. 1-49.
- Buss D.M. (1996). *Ewolucja pożądania. Jak ludzie dobierają się w pary* (przekł. B. Wojciszke). Gdańsk: Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne.
- Buss D.M. (2001). *Psychologia ewolucyjna. Jak wytłumaczyć społeczne zachowanie człowieka. Najnowsze koncepcje* (przekł. M. Przyłipiak). Gdańsk: Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne.
- Buss D.M. i in. (1990). International preferences in selecting mates: A study of 37 cultures. *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 21, s. 5-47.
- Buss D.M., Shackelford T.K., Kirkpatrick L.A., Choe J.C., Lim H.K., Hasegawa M., Hasegawa T., Bennett K.A. (1999). Jealousy and the nature of beliefs about infidelity: Tests of competing hypotheses about sex differences in the United States, Korea, and Japan. *Personal Relationships*, 6, s. 125-150.
- Buss D.M., Schmitt D.P. (1993). Sexual strategies theory: An evolutionary perspective on human mating. *Psychological Review*, 100, s. 204-232.
- Byrne D. (1971). *The Attraction Paradigm*. New York: Academic Press.
- Byrne D., Nelson D., Reeves K. (1966). Effects of consensual validation and invalidation on attraction as a function of verifiability. *Journal of Experimental Social Psychology*, 2, s. 98-107.
- Cacioppo J.T., Marshall-Goodell B.S., Tassinary L.G., Petty R.E. (1992). Rudimentary determinants of attitudes: Classical conditioning is more effective when prior knowledge about stimulus is low than high. *Journal of Experimental Social Psychology*, 28, s. 207-233.
- Cacioppo J.T., Petty R.E., Losch M.E., Kim H.S. (1986). Electromyographic activity over facial muscle regions can differentiate the valence and intensity of affective reactions. *Journal of Personality and Social Psychology*, 50, s. 260-268.
- Campbell J.D. (1990). Self-esteem and clarity of self-concept. *Journal of Personality and Social Psychology*, 59, s. 538-549.
- Campbell J.D., Trapnell P.D., Heine S.J., Katz I.M., Lavallee L.F., Lehman D.M. (1996). Self-concept clarity: Measurement, personality correlates, and cultural boundaries. *Journal of Personality and Social Psychology*, 70, s. 141-156.
- Cantor N., Mischel W. (1986). Prototypy w spostrzeganiu osób, w: T. Maruszewski (red.), *Poznanie, afekt, zachowanie* (przekł. D. Bartkowska-Nowak i in.) (s. 20-52). Warszawa: Państwowe Wydawnictwo Naukowe.
- Caplan R.D., Vinokur A.D., Price R.H., van Ryn M. (1989). Job seeking, reemployment and mental health: A randomized field experiment in copin with job loss. *Journal of Applied Psychology*, 74, s. 759-767.
- Caprara G.V., Renzi P., Amolini P., D'Imperio G., Travaglia G. (1984). The eliciting cue value of aggressive slides reconsidered in a personological perspective: The weapons effect and irritability. *European Journal of Social Psychology*, 14, s. 313-322.
- Carlson M., Marcus-Newhall A., Miller N. (1990). Effects of situational aggression cues: A quantitative review. *Journal of Personality and Social Psychology*, 58, s. 622-633.
- Carlson M., Miller N. (1988). The differential effects of social and nonsocial negative events on aggressiveness. *Sociology and Social Research*, 72, s. 155-158.
- Carson P.P., Carson K.D., Roe W. (1991). Social power bases: A meta-analytic examination of interrelationships and outcomes. *Journal of Applied Social Psychology*, 23, s. 1150-1169.

Cartwright P., Zander A. (1968). *Group Dynamics: Research and Theory* (wyd. 3). New York: Harper & Row.

Carver C.S. (1975). Physical aggression as a function of objective self-awareness and attitudes toward punishment. *Journal of Experimental Social Psychology*, 11, s. 510-519.

Carver C.S., de la Garza N.H. (1984). Schema-guided information search in stereotyping of the elderly. *Journal of Applied Social Psychology*, 14, s. 69-81.

Carver C.S., Scheier M.F. (1981). *Attention and Self-Regulation: A Control Theory Approach to Human Behavior*. New York; Springer Verlag.

CBOS (1999). Czy grozi nam samotność w tłumie? *Komunikat 170/1999*. Warszawa: Centrum Badań Opinii Społecznej.

Chagnon N.A. (1983). *Yanomamo: The Fierce People* (wyd. 3). New York: Holt, Rinehart, Winston.

Chaiken S. (1980). Heuristic versus systematic information processing and the use of source versus message cues in persuasion. *Journal of Personality and Social Psychology*, 39, s. 752-766.

Chaiken S., Baldwin M.W. (1981). Affective-cognitive consistency and the effect of salient behavioral information on the self-perception of attitudes. *Journal of Personality and Social Psychology*, 41, s. 1-12.

Chaiken S., Eagly A.H. (1983). Communication modality as a determinant of persuasion: The role of communicator salience. *Journal of Personality and Social Psychology*, 45, s. 241-256.

Chaiken S., Stangor C. (1987). Attitudes and attitude change. *Annual Review of Psychology*, 38, s. 575-530.

Chartrand T.L., Bargh J.A. (1999). The Chameleon effect: The perception-behavior link and social interaction. *Journal of Personality and Social Psychology*, 76, s. 893-910.

Christie R., Geist F.L. (red.), (1970). *Studies in Machiavellianism*. New York: Academic Press.

Cialdini R.B. (2001). *Wyswieranie wpływu na ludzi: teoria i praktyka* (przekł. B. Wojciszke) (wyd. 2). Gdańsk: Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne.

Cialdini R.B., Borden R.J., Thorne A., Walker M.R., Freeman S., Sloan L.R. (1976). Basking in reflected glory: Three (football) field studies. *Journal of Personality and Social Psychology*, 34, s. 366-375.

Cialdini R.B., Cacioppo J.T., Bassett R., Miller J.A. (1978). Low-ball procedure for producing compliance: Commitment then cost. *Journal of Personality and Social Psychology*, 36, s. 463-476.

Cialdini R.B., Kallgren C.A., Reno R.R. (1991). A focus theory of normative conduct: A theoretical refinement and reevaluation of the role of norms in human behavior. *Advances in Experimental Social Psychology*, 24, s. 201-234.

Cialdini R.B., Kenrick D.T., Baumann D.J. (1981). Effects of mood on prosocial behavior in children and adults, w: N. Eisenberg-Berg (red.), *The Development of Prosocial Behavior* (s. 339-359). New York: Academic Press.

Cialdini R.B., Richardson K.D. (1980). Two indirect tactics of image management: Basking and blasting. *Journal of Personality and Social Psychology*, 39, s. 406-415.

Cialdini R.B., Vincent J.E., Lewis S.K., Cialan J., Wheeler D., Darby B.L. (1975). Reciprocal concessions procedure for inducing compliance: The door in the face technique. *Journal of Personality and Social Psychology*, 31, s. 206-215.

Cimbalo R.S., Faling V., Mousaw P. (1976). The course of love: A cross-sectional design. *Psychological Reports*, 38, s. 1292-1294.

Clark M.S., Mills J. (1979). Interpersonal attraction in exchange and communal relationships. *Journal of Personality and Social Psychology*, 37, s. 12-24.

Clark R.D., III. (1988). On predicting minority influence. *European Journal of Social Psychology*, 18, s. 515-526.

Cochrane R. (1988). Marriage, separation and divorce, w: S. Fisher, J. Reason (red.), *Handbook of Life Stress, Cognition and Health* (s. 250-279). Chichester: Wiley.

Cohen A.R. (1962). An experiment on small rewards for discrepant compliance and attitude change, w: J.W. Brehm, A.R. Cohen (red.), *Explorations in Cognitive Dissonance* (s. 73-78). New York: Wiley.

Cohen D., Nisbett R.E., Bowdle B.F., Schwarz N. (1996). Insult, aggression, and Southern culture of honor: An "experimental ethnography". *Journal of Personality and Social Psychology*, 70, s. 945-960.

Cohen J. (1977). *Statistical Power Analysis for the Behavioral Sciences*. San Diego, CA: Academic Press.

Cohen S. (1978). Environmental load and the allocation of attention, w: A. Baum, J.E. Singer, S. Valins (red.), *Advances in Environmental Psychology* (s. 1-29). Hillsdale, N.J.: Erlbaum.

Cohen S., Wills T.A. (1985). Stress, social support, and the buffering hypothesis. *Psychological Bulletin*, 98, s. 310-357.

Comer R., Laird J.D. (1975). Choosing to suffer as a consequence of expecting to suffer: Why people do it? *Journal of Personality and Social Psychology*, 32, s. 92-101.

Cook T.D., Fly B.R. (1978). The persistence of experimentally induced attitude change. *Advances in Experimental Social Psychology*, 11, s. 1-57.

Cooper J. (1980). Reducing fears and increasing assertiveness: The role of dissonance reduction. *Journal of Experimental Social Psychology*, 16, s. 199-213.

Cottrell N. B. (1972). Social facilitation, w: C.G. McClintock (red.), *Experimental Social Psychology* (s. 91-110). New York: Holt, Rinehart & Winston.

Cramer R.E., McMaster M.R., Bartell P.A., Dragna M. (1988). Subject competence and minimization of the bystander effect. *Journal of Applied Social Psychology*, 18, s. 1133-1148.

Crano W.D., Aronoff J. (1978). A cross-cultural study of expressive and instrumental role complementarity in the family. *American Sociology Review*, 43, s. 463-471.

Crockett W.H. (1982). Balance, agreement and positivity in the cognition of small social structures. *Advances in Experimental Social Psychology*, 15, s. 1-57.

Cross P. (1977). Not can but will college teachers be improved? *New Directions for Higher Education*, 17, s. 1-15.

Cross S.E., Madson L. (1997). Models of the self: Self-construals and gender. *Psychological Bulletin*, 122, s. 5-37.

- Czapiński J. (1982). Positive-negative asymmetry at the group and individual level: Further evidence and a new interpretation. *Polish Psychological Bulletin*, 13, s. 153-158. Czapiński J. (1985). *Wartościowanie - zjawisko inklinacji pozytywnej (O naturze optymizmu)*, Wrocław: Ossolineum. Czapiński J. (1988). *Wartościowanie - efekt negatywności. O naturze realizmu*. Wrocław: Ossolineum.
- Czapiński J. (1994). Uziemienie polskiej duszy. *Kultura i Społeczeństwo*, 38, s. 18-37.
- Czapiński J. (1998). *Jakość życia Polaków w czasie zmiany systemowej*. Warszawa: Instytut Studiów Społecznych UW.
- Czapiński J. (2001). Makropsychologia, czyli psychologia zmiany społecznej: szkic osobisty, w: M. Lewicka, J. Grzelak (red.), *Jednostka i społeczeństwo. Podejście psychologiczne* (s. 23-48). Gdańsk: Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne.
- Dały M., Wilson M. (1988). *Homicide*. Hawthorne, N.Y.: Aldine.
- Darley J.M., Batson C.D. (1973). From Jerusalem to Jericho: A study of situational and dispositional variables in helping behavior. *Journal of Personality and Social Psychology*, 27, s. 100-108. Darley J.M., Gross P.H. (1983). A hypothesis-confirming bias in labeling effects. *Journal of Personality and Social Psychology*, 44, s. 20-33. Davidson A.R., Jaccard J.J. (1979). Variables that moderate the attitude-behavior relation: Results of a longitudinal survey. *Journal of Personality and Social Psychology*, 37, s. 1364-1376. Davis D. (1982). Determinants of responsiveness in dyadic interaction, w: W. Ickes, E.S. Knowles (red.), *Personality, Roles and Social Behavior*. New York: Springer Verlag.
- Davis M.H. (1999). *Empatia. O umiejętności współodczuwania* (przekł. J. Kubiak). Gdańsk: Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne. Davis M.H., Kraus L.A. (1991). Dispositional empathy and social relationships, w: W.H. Jones, D. Perlman (red.), *Advances in Personal Relationships* (t. 3, s. 75-115). London: Jessica Kingsley Publishers. Davis P.B., Knowles E.S. (1999). A disrupt-then-reframe technique of social influence. *Journal of Personality and Social Psychology*, 76, s. 192-199.
- Deaux K. (1987). Putting gender into context: An interactive model of gender-related behavior. *Psychological Review*, 94, s. 369-389. Deaux K., Major B. (1987). Putting gender into context: An interactive model of gender-related behavior. *Psychological Review*, 94, s. 369-389. Deci E.L. (1975). *Intrinsic Motivation*. New York: Plenum Press. DeJong W. (1979). An examination of self-perception explanation of the foot-in-the-door effect. *Journal of Personality and Social Psychology*, 37, s. 2221-2239. Dermer M., Pyszczynski T.A. (1978). Effects of erotica upon men's loving and liking responses for women they love. *Journal of Personality and Social Psychology*, 36, s. 1302-1309. Dermer M., Thiel D.L. (1975). When beauty may fail. *Journal of Personality and Social Psychology*, 31, s. 1168-1176.

DeSteno D.A., Salovey P. (1996). Evolutionary origins of sex differences in jealousy? Questioning the "fitness" model. *Psychological Science*, 7, s. 367-372.

Deutsch M., Gerard H.B. (1955). A study of normative and informational social influence upon individual judgment. *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 51, s. 629-636.

Devine P. (1989). Stereotypes and prejudice: Their automatic and controlled components. *Journal of Personality and Social Psychology*, 56, s. 5-18.

Diekmann A.B., Eagly A.H. (2000). Stereotypes as dynamic constructs: Women and men of the past, present, and future. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 26, s. 1171-1189.

Dill K.E., Dill J.C. (1998). Video game violence: A review of the empirical literature. *Aggression and Violent Behavior*, 3, s. 407-428.

Dindia K., Allen M. (1992). Sex differences in self-disclosure: A meta-analysis. *Psychological Bulletin*, 112, s. 106-124.

Dion K.E., Berscheid E., Walster E. (1972). What is beautiful is good. *Journal of Personality and Social Psychology*, 24, s. 285-290.

Dittes J.E. (1959). Attractiveness of group as a function of self-esteem and acceptance upon conformity to group norms. *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 53, s. 77-82.

Dittes J.E., Kelley H.H. (1956). Effects of different conditions of acceptance upon conformity to group norms. *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 53, s. 100-107.

Ditto P.H., Lopez D.F. (1992). Motivated scepticism: Use of differential decision criteria for preferred and nonpreferred conclusions. *Journal of Personality and Social Psychology*, 63, s. 568-584.

Doliński D. (1988). Egotystyczny Samarytanin. Autohandicapowa interpretacja zachowań prospołecznych. *Przegląd Psychologiczny*, 31, s. 543-554.

Doliński D. (1993). *Orientacja defensywna*. Warszawa: Wydawnictwo Instytutu Psychologii PAN.

Doliński D. (1996). The belief in an unjust world: An egotistic delusion. *Social Justice Research*, 9, s. 213-221.

Doliński D. (1998). Ciemna strona rywalizacji. *Przegląd Psychologiczny*, 41, s. 181-200.

Doliński D. (1999). On inferring one's beliefs from one's attempt and its consequences for subsequent compliance. *Journal of Personality and Social Psychology*, 47, s. 260-272.

Doliński D. (2000). *Psychologia wpływu społecznego*. Wrocław: Towarzystwo Przyjaciół Ossolineum.

Doliński D. (2001). Pozytywna rola negatywnych złudzeń, w: M. Kofta, T. Szustrowa (red.), *Złudzenia, które pozwalają żyć* (wyd. 2), (s. 249-265). Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.

Doliński D., Nawrat R. (1994). Huśtawka emocji jako nowa technika manipulacji społecznej. *Przegląd Psychologiczny*, 37, s. 7-20.

Doliński D., Nawrat R. (1998). "Fear-then-relief" procedure for producing compliance: Beware when the danger is over. *Journal of Experimental Social Psychology*, 34, s. 27-50.

Doliński D., Nawrat M., Rudak M. (1999). Monolog, dialog i uległość. *Kolokwia Psychologiczne*, 7, s. 168-191. Doliński D., Szmajke A. (1994). *Samoutrudnianie. Dobrze i źle strony rzucania kłód pod własne nogi*. Olsztyn: Polskie Towarzystwo Psychologiczne, Pracownia Wydawnicza. Dollard J., Doob L.W., Miller N.E., Mowrer O.H., Sears R.R. (1939). *Frustration and Aggression*. New Haven: Yale University Press. Dovidio J.F. (1984). Helping behavior and altruism: An empirical and conceptual review. *Advances in Experimental Social Psychology*, 17, s. 361-427. Dovidio J.F., Brigham J.C., Gaertner S.L. (1999). Stereotypizacja, uprzedzenia i dyskryminacja: spojrzenie z innej perspektywy, w: C.N. Macrae, C. Stangor, M. Hewstone (red.), *Stereotypy i uprzedzenia. Najnowsze ujęcie* (przekł. M. Majchrzak i in.) (s. 225-260). Gańsk: Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne. Dovidio J.F., Gaertner S.L., Isen A.M., Lowrance R. (1995). Group representations and intergroup bias: Positive affect, similarity, and group size. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 21, s. 856-865. Dovidio J.F., Piliavin J.A., Gaertner S.L., Schroeder D.A., Clark R.D. (1991). The arousal: Cost-reward model and the process of intervention. A review of the evidence, w: M.S. Clark (red.), *Review of Personality and Social Psychology* (t. 12, s. 86-118). Newbury Park: Sage. Dowd E.T., Milne C.R., Wise S.L. (1991). The therapeutic reactance scale: A measure of psychological reactance. *Journal of Counseling and Development*, 69, s. 541-545. Driscoll R., Davis K.E., Lipetz M.E. (1972). Parental interference and romantic love: The Romeo and Juliet effect. *Journal of Personality and Social Psychology*, 24, s. 1-10. Dubów E.F., Cappas C.L. (1990). Reducing aggression in children through social interventions, w: J. Edwards, R.S. Tindale, L. Heath, E.J. Posavac (red.), *Social Influence Processes and Prevention*. New York: Plenum Press. Dugosh K.L., Paulus P.B., Roland E.J., Yang H.-C. (2000). Cognitive stimulation in brainstorming. *Journal of Personality and Social Psychology*, 79, s. 722-735. Dunning D. (1995). Trait importance and modifiability as factors influencing self-assessment and self-enhancement motives. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 21, s. 341-355. Dunning D. (2001). On the motives underlying social cognition, w: A. Tesser, N. Schwarz (red.), *Blackwell Handbook of Social Psychology: Intraindividual Processes* (s. 348-374). Oxford: Blackwell Publishers. Dutton D.G., Aron A.P. (1974). Some evidence for heightened sexual attraction under conditions of high anxiety. *Journal of Personality and Social Psychology*, 30, s. 510-517. Dweck C.T. (1996). Implicit theories as organizers of goals and behavior, w: P.M. Gollwitzer, J.A. Bargh (red.), *The Psychology of Action. Linking Cognition and Motivation to Behavior* (s. 69-90). New York: Guilford. Dwyer J.W., Seecomb K. (1991). Elder care as a family labor. *Journal of Family Issues*, 12, s. 229-247.

Dymkowski M. (1996). *Samowiedza w okowach przywdziewanych masek*. Warszawa: Wydawnictwo Instytutu Psychologii PAN.

Psychological Bulletin, 94, s. 100-131.

- rLagly A.H. (1974). Comprehensibility of persuasive arguments as a determinant of opinion change. *Journal of Personality and Social Psychology*, 29, s. 785-773.
- Eagly A.H. (1987). *Sex Differences in Social Behavior: A Social Role Interpretation*. Hillsdale, N.J.: Erlbaum.
- Eagly A.H., Ashmore R.D., Makhijani M.G., Longo L.C. (1991). What is beautiful is good, but... : A meta-analytic review of research on the physical attractiveness stereotype. *Psychological Bulletin*, 110, s. 109-128.
- Eagly A.H., Carli L.L. (1981). Sex of researcher and sex-typed Communications as determinants of sex-differences in influencability: A meta-analysis of social influence studies. *Psychological Bulletin*, 90, s. 1-20.
- Eagly A.H., Chaiken S. (1993). *The Psychology of Attitudes*. Fort Worth, TX: Harcourt Brace Jovanovich.
- Eagly A.H., Chen S., Chaiken S., Shaw-Barnes K. (1999). The impact of attitudes on memory: An affair to remember. *Psychological Bulletin*, 125, s. 64-89.
- Eagly A.H., Crowley M. (1986). Gender and helping behavior: A meta-analytic review of the social psychological literature. *Psychological Bulletin*, 100, s. 283-308.
- Eagly A.H., Johnson B.T. (1990). Gender and leadership style: A meta-analysis. *Psychological Bulletin*, 108, s. 233-256.
- Eagly A.H., Karau S.J. (1991). Gender and the emergence of leaders: A meta-analysis. *Journal of Personality and Social Psychology*, 60, s. 685-710.
- Eagly A.H., Karau S.J., Makhijani M.G. (1995). Gender and the effectiveness of leaders: A meta-analysis. *Psychological Bulletin*, 117, s. 125-145.
- Eagly A.H., Kite M.E. (1987). Are stereotypes of nationalities applied to both women and men? *Journal of Personality and Social Psychology*, 53, s. 451-462.
- Eagly A.H., Makhijani M.G., Klonsky B.G. (1992). Gender and the evaluation of leaders: A meta-analysis. *Psychological Bulletin*, 111, s. 3-22.
- Eagly A.H., Steffen V.J. (1986). Gender and aggressive behavior: A meta-analytic review of the social psychological literature. *Psychological Bulletin*, 100, s. 309-330.
- Eagly A.H., Warren R. (1976). Intelligence, comprehension and opinion change. *Journal of Personality*, 44, s. 226-242.
- Eagly A.H., Wood W. (1999). The origins of sex differences in human behavior. Evolved dispositions versus social roles. *American Psychologist*, 54, s. 408-423.
- Eaton W.O., Enns L.R. (1986). Sex differences in human motor activity level. *Psychological Bulletin*, 100, s. 19-28.
- Eckes T., Six B. (1992). Fakten und Fiktionen in der Einstellungs-Verhaltens-Forschung: Eine Meta-Analyse. *Zeitschrift fuer Sozialpsychologie*, s. 253-271.
- Edwards K., Smith E.E. (1996). A disconfirmation bias in the evaluation of arguments. *Journal of Personality and Social Psychology*, 71, s. 5-24.
- Eisenberg N., Lennon R. (1983). Sex differences in empathy and related capacities.

Eisenberg N., Miller P.A. (1987). The relation of empathy to prosocial and related behaviors. *Psychological Bulletin*, 101, s. 91—119. Elliot A.J., Devine P.G. (1994). On the motivational nature of cognitive dissonance: Dissonance as psychological discomfort. *Journal of Personality and Social Psychology*, 67, s. 382-394. Endler N.S., Wiesensthal D.L., Geller S.H. (1972). The generalization of the effects of agreement and correctness on relative competence mediating conformity. *Canadian Journal of Behavioral Science*, 4, s. 322—329. Enzle M.E., Ross J. (1978). Increasing and decreasing intrinsic interest with contingent rewards: A test of cognitive evaluation theory. *Journal of Experimental Social Psychology*, 14, s. 588-597. Epley N., Dunning D. (2000). Feeling "holier than thou": Are self-serving assessments produced by errors in self- or social prediction. *Journal of Personality and Social Psychology*, 79, s. 861-875. Eron L.D., Huesmann L.R., Lefkowitz M.M., Walder L.O. (1972). Does television violence cause aggression? *American Psychologist*, 27, s. 253-263. Essock-Vitale S.M., McGuire M.T. (1985). Women's lives viewed from an evolutionary perspective. II. Patterns and helping. *Ethology and Sociobiology*, 6, s. 155-173. Euler H.A., Weitzel B. (1996). Discriminative grandparental solicitude as reproductive strategy. *Human Nature*, 7, s. 39-59.

Fantino E. (1973). Aversive control, w: J.A. Nevin (red.), *The Study of Behavior: Learning, Motivation, Emotion, and Instinct*. Glenview, IL: Scott, Foresman.

Fazio R.H. (1986). How do attitudes guide behavior?, w: R.M. Sorrentino, E.T. Higgins (red.), *Handbook of Motivation and Cognition: Foundations of Social Behavior* (s. 204-243). New York: Guilford Press. Fazio R.H. (1990). Multiple processes by which attitudes guide behavior: The MODE model as an integrative framework. *Advances in Experimental Social Psychology*, 23, s. 75-109. Fazio R.H., Blascovich J., Driscoll D.M. (1992). On the functional value of attitudes: The influence of accessible attitudes upon the ease and quality of decision making. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 18, s. 388-401.

Fazio R.H., Chen J., McDonel E.C., Sherman S.J. (1982). Attitude accessibility, attitude-behavior consistency, and the strength of the object-evaluation association. *Journal of Experimental Social Psychology*, 18, s. 339-357. Fazio R.H., Herr P.M., Olney T.J. (1984). Attitude accessibility following a self-perception process. *Journal of Personality and Social Psychology*, 47, s. 227-286. Fazio R.H., Ledbetter J.E., Topwles-Schwen T. (2000). On the costs of accessible attitudes: Detecting that the attitude object has changed. *Journal of Personality and Social Psychology*, 78, s. 197-210. Fazio R.H., Powell M.C., Herr P.M. (1983). Toward a process model of the attitude-behavior relation: Accessing one's attitude upon mere observation of the attitude object. *Journal of Personality and Social Psychology*, 44, s. 723-735.

Fazio R.H., Sanbonmatsu D.M., Powell M.C., Kardes F.R. (1986). On the automatic activation of attitudes. *Journal of Personality and Social Psychology*, 50, s. 229-238.

Fazio R.H., Zanna M.P. (1981). Direct experience and attitude-behavior consistency. *Advances in Experimental Social Psychology*, 14, s. 161-202. Fehr B., Samson D., Paulhus D.L. (1992). The construct of Machiavellianism: Twenty years later, w: CD. Spielberger, J.N. Butcher (red.), *Advances in Personality Assessment* (t. 9, s. 77-116). Hillsdale, N.J.: Erlbaum. Fehr E., Gächter S., Kirchsteiger G. (1997). Reciprocity as a contract enforcement device. *Econometrica*, 65, s. 833-860. Feingold A. (1988). Cognitive gender differences are disappearing. *American Psychologist*, 104, s. 95-103. Feingold A. (1990). Gender differences in effects of physical attractiveness on romantic attraction: A comparison across five research paradigms. *Journal of Personality and Social Psychology*, 59, s. 981-993. Feingold A. (1992a). Good-looking people are not what we think. *Psychological Bulletin*, 111, s. 304-341. Feingold A. (1992b). Gender differences in mate selection preferences: A test of the parental investment model. *Psychological Bulletin*, 112, s. 125-139. Feingold A. (1994). Gender differences in personality: A meta-analysis. *Psychological Bulletin*, 116, s. 429-456. Feingold A., Mazzella R. (1998). Gender differences in body image are increasing. *Psychological Science*, 9, s. 190-195. Fenigstein A., Scheier M.F., Buss A.H. (1975). Public and private self-consciousness: Assessment and theory. *Journal of Consulting and Clinical Psychology*, 43, s. 522-527. Festinger L. (1950). Informal social communication. *Psychological Review*, 57, s. 271-282.

Festinger L. (1957). *A Theory of Cognitive Dissonance*. Evanston: Row, Peterson.

Festinger L., Riecken H.W., Schachter S. (1956). *When Prophecy Fails*. Minneapolis: University of Minnesota Press. Festinger L., Schachter S., Back K. (1950). *Social Pressures in Informal Groups: A Study of Human Factors in Housing*. Stanford: Stanford University Press.

Fiedler F.E. (1964). A contingency model of leadership effectiveness. *Advances in Experimental Social Psychology*, 1, s. 149-190. Fiedler F.E. (1978). The contingency model and the dynamics of the leadership process. *Advances in Experimental Social Psychology*, 11, s. 59-112. Fiedler K., Semin G.R., Finkenauer C., Berkel I. (1995). Actor-observer bias in close relationships: The role of self-knowledge and self-related language. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 21, s. 525-538. Fischhoff B. (1975). Hindsight=foresight: The effect of outcome knowledge on judgment under uncertainty. *Journal of Experimental Psychology; Human Perception and Performance*, 1, s. 288-299. Fishbein M., Ajzen I. (1974). Attitudes toward objects as predictors of single and multiple behavioral criteria. *Psychological Review*, 81, s. 59-74.

- Fishbein M., Ajzen I. (1975). *Belief, Attitude, Intention and Behavior. An Introduction to Theory and Research*. Reading: Addison-Wesley.
- Fiske A.P. (1992). The four elementary form of sociality: Framework for a unified theory of social relations. *Psychological Review*, 99, s. 689-723.
- Fiske A.P. (1993). Social errors in four cultures: Evidence about universal forms of social relations. *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 24, s. 463-494.
- Fiske A.P., Haslam N. (1996). Social cognition is thinking about relationships. *Current Directions in Psychological Science*, 5, s. 143-148.
- Fiske A.P., Haslam N., Fiske S.T. (1991). Confusing one person with another: What social errors reveal about the elementary forms of social relations. *Journal of Personality and Social Psychology*, 60, s. 656-674.
- Fiske S.T. (1982). Schema-triggered affect: Applications in social perception, w: M.S. Clark, S.T. Fiske (red.), *Affect and Cognition: The 17th Annual Carnegie Symposium on Cognition* (s. 56-78). Hillsdale: Erlbaum.
- Fiske S.T., Pavelchak M.A. (1993). Reakcje afektywne oparte na kategorialnym przetwarzaniu informacji a reakcje afektywne oparte na przetwarzaniu analitycznym. Rozwinięcie w terminach koncepcji schematów wyzwalających afekt, w: T. Maruszewski (red.), *Poznanie, afekt, zachowanie* (przekł. D. Bartkowska--Nowak i in.) (s. 53-101). Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Fiske S.T., Taylor S.E. (1991). *Social Cognition* (wyd. 2). New York: McGraw HM, Inc.
- Foster CA., Witcher B.S., Campbell K., Green J.D. (1998). Arousal and attraction: Evidence for automatic and controlled processes. *Journal of Personality and Social Psychology*, 74, s. 86-101.
- Fraczek A. (1974). Informational role of situation as a determinant of aggressive behavior, w: J. de Wit, W.W. Hartup (red.), *Determinants and Origins of Aggressive Behavior* (s. 225-230). The Hague: Mouton.
- Fredrickson B.L., Roberts T.A., Noll S.M., Quinn D.M., Twenge J.M. (1998). That swimsuit becomes you: Sex differences in self-objectification, restrained eating, and math performance. *Journal of Personality and Social Psychology*, 75, s. 269-284.
- Freedman J.L. (1984). Effect of television violence on aggressiveness. *Psychological Bulletin*, 96, s. 227-246.
- Freedman J.L., Fraser S.C. (1966). Compliance without pressure: The foot in the door technique. *Journal of Personality and Social Psychology*, 4, s. 196-202.
- French J.R.P., Raven B. (1959). The basis of social power, w: D. Cartwright (red.), *Studies in Social Power* (s. 150-167). Ann Arbor: University of Michigan Press.
- Frey D. (1986). Recent research on selective exposure to information. *Advances in Experimental Social Psychology*, 19, s. 41-80.
- Friedrich-Cofer L., Huston A.C. (1986). Television violence and aggression: The debatę continues. *Psychological Bulletin*, 100, s. 364-371.
- Gallagher J., Clore G.L. (1985). *Effects of Fear and Anger on Judgments of Risk and Blame*. Referat wygłoszony na sympozjum Midwestern Psychological Association, Chicago, maj.

Garcia J., Koelling R.A. (1966). Relation of cue to consequence in avoidance learning. *Psychonomic Science*, 4, s. 123-124.

Geen R.G. (1970). Perceived suffering of the victim as an inhibitor of attack-induced aggression. *Journal of Social Psychology*, 81, s. 209-215.

Geen R.G., Quanty M.B. (1977). The catharsis of aggression: An evaluation of a hypothesis. *Advances in Experimental Social Psychology*, 10, s. 1-37.

Gerard H.B., Willhelmy R.A., Conolley E.S. (1968). Conformity and group size. *Journal of Personality and Social Psychology*, 8, s. 79-82.

Gerbner G. (1987). Science on television: How it affects public conceptions. *Issues in Science and Technology*, 3, s. 109-115.

Gerbner G., Gross L., Morgan M., Signorelli N. (1986). Living with television: The dynamics of the cultivation process, w: J. Bryant, D. Zillman (red.), *Perspectives on Media Effects* (s. 17-40). Hillsdale, N.J.: Erlbaum.

Ghiglieri M.P. (2001). *Ciemna strona człowieka* (przekł. A. Tanalska-Duleba). Warszawa: Wydawnictwo CiS, Wydawnictwo WAB.

Gibbons F.X. (1978). Sexual standards and reactions to pornography: Enhancing behavioral consistency through self-focused attention. *Journal of Personality and Social Psychology*, 36, s. 967-987.

Gibbs J.P. (1987). Deterrence theory and research, w: G.B. Melton (red.), *Nebraska Symposium on Motivation 1986* (t. 33, s. 87-130). Lincoln: University of Nebraska Press.

Gilbert D.T. (1995). Attribution and interpersonal perception, w: A. Tesser (red.), *Advanced Social Psychology* (s. 99-147). New York: McGraw Hill Inc.

Gilbert D.T., Krull D.S., Pelham B.W. (1988). On thoughts unspoken: Social inference and the self-regulation of behavior. *Journal of Personality and Social Psychology*, 55, s. 685-694.

Gilbert D.T., Pelham B.W., Krull D.S. (1988). On cognitive busyness: When person perceivers meet persons perceived. *Journal of Personality and Social Psychology*, 54, s. 733-740.

Gilovich T., Medvec V.H., Savitsky K. (2000). The spotlight effect in social judgment: An egocentric bias in estimates of the salience of one's own actions and appearance. *Journal of Personality and Social Psychology*, 78, s. 211-222.

Goethals G.R., Nelson R.E. (1973). Similarity in the influence process: The belief-value distinction. *Journal of Personality and Social Psychology*, 25, s. 117-122.

Goffman E. (1959). *The Presentation of Self in Everyday Life*. Garden City, N.Y.: Doubleday.

Wydanie polskie (2000): *Człowiek w teatrze życia codziennego* (przekł. H. i P. Śpiewakowie). Warszawa: Wydawnictwo KR.

Gonzales M.H., Aronson E., Constanzo M. (1988). Increasing the effectiveness of energy auditors: A field experiment. *Journal of Applied Social Psychology*, 18, s. 1049-1066.

Gorn G.J., Goldberg M.E. (1980). Children's responses to repetitive television commercial. *Journal of Consumer Research*, 6, s. 421-424.

Gouldner A.W. (1960). The norm of reciprocity: A preliminary statement. *American Sociological Review*, 25, s. 161-178.

- Graesser A.C. (1981). *Prose Comprehension Beyond the Word*. New York: Springer Verlag.
- Greenwald A.G. (1968). Cognitive learning, cognitive responses to persuasion, and attitude change, w: A.G. Greenwald, T.C. Brock, T.M. Ostrom (red.), *Psychological Foundations of Attitudes* (s. 147-170). San Diego, CA: Academic Press.
- Greenwald A.G. (1980). The totalitarian ego: Fabrication and revision of personal history. *American Psychologist*, 35, s. 603-618.
- Griffitt W. (1970). Environmental effects on interpersonal affective behavior: Ambient effective temperature and attraction. *Journal of Personality and Social Psychology*, 15, s. 240-244.
- Grossman M., Wood W. (1993). Sex differences in intensity of emotional experience: A social role interpretation. *Journal of Personality and Social Psychology*, 65, s. 1010-1022.
- Gruder CL., Cook T.D., Hennigan K.M., Flay B.R., Alessis C., Halamaj J. (1978). Empirical test of the absolute sleeper effect predicted from the discounting cue hypothesis. *Journal of Personality and Social Psychology*, 36, s. 1061-1074.
- Gruenfeld D.H., Manix E.A., Williams K.Y., Neale M.A. (1996). Group composition and decision making: How member familiarity and information distribution affect process and performance. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 67, s. 1-15.
- Hali J.A. (1978). Gender effects in decoding nonverbal cues. *Psychological Bulletin*, 85, s. 845-858. Hali J.A. (1984). *Nonverbal Sex-differences: Communication Accuracy and Expressive Style*. Baltimore: Johns Hopkins.
- Hali J.A., Halberstadt A.G. (1986). Smiling and gazing, w: J.S. Hyde, M.C. Linn (red.), *The Psychology of Gender: Advances through Meta-analysis* (s. 136-158). Baltimore: Johns Hopkins.
- Halpin A.W., Winer B.J. (1957). A factorial study of the leader behavior descriptions, w: R.M. Stogdill, A.E. Coons (red.), *Leader Behavior: Its Description and Measurement*. Columbus, OH: Bureau of Business Research.
- Hamilton W.D. (1964). The genetical evolution of social behavior: I. *Journal of Theoretical Biology*, 7, s. 1-16.
- Harkins S.G. (1987). Social loafing and social facilitation. *Journal of Experimental and Social Psychology*, 23, s. 1-18.
- Harkins S.G., Petty R.E. (1987). Information utility and the multiple sources effect. *Journal of Personality and Social Psychology*, 52, s. 260-268.
- Harkins S.G., Szymanski K. (1987). Social loafing and social facilitation: New wine in old bottles, w: C. Hendrick (red.), *Review of Personality and Social Psychology* (t. 9, s. 167-188). Newbury Park, CA: Sage.
- Harper C.R., Kidera C.J., Cullen J.F. (1971). Study of simulated airplane pilot incapacitation: Phase II, subtle or partial loss of function. *Aerospace Medicine*, 42, s. 946-948.
- Haselton M.G., Buss D.M. (2000). Error management theory: A new perspective on biases in cross-sex mind reading. *Journal of Personality and Social Psychology*, 78, s. 81-91.
- Haslam N. (1994). Categories of social relationship. *Cognition*, 53, s. 59-90.
- Hatfield E., Sprecher S. (1986). *Minor, mirror...: The Importance of Looks in Everyday Life*. Albany, N.Y.: SUNY Press.
- Hazan C., Shaver P. (1987). Romantic love conceptualized as an attachment process. *Journal of Personality and Social Psychology*, 52, s. 511-524.
- Hearold S. (1986). A synthesis of 1043 effects of television on social behavior, w: G. Comstock (red.), *Public Communications and Behavior* (t. 1, s. 65-133). New York: Academic Press.
- Heider F. (1958). *The Psychology of Interpersonal Relations*. New York: Wiley.
- Hendrick C., Hendrick S.S. (1986). A theory and method of love. *Journal of Personality and Social Psychology*, 50, s. 392-402.
- Hendrick C., Hendrick S.S. (1987). Research on love: Does it measure up? *Journal of Personality and Social Psychology*, 51, s. 784-794.
- Herek G.M., Capitiano J.P. (1996). "Some of my best friends": Intergroup contact, concealable stigma, and heterosexuals' attitudes toward gay men and lesbians. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 10, s. 412-424.
- Herr P.M. (1986). Consequences of priming: Judgment and behavior. *Journal of Personality and Social Psychology*, 51, s. 1106-1115.
- Higgins E.T. (1989). Self-discrepancy theory: What patterns of self-beliefs cause people to suffer? *Advances in Experimental Social Psychology*, 22, s. 93-136.
- Higgins E.T. (1996). Knowledge activation: Accessibility, applicability, and salience, w: E.T. Higgins, A.W. Kruglanski (red.), *Social Psychology: Handbook of Basic Principles* (s. 133-168). New York: Guilford.
- Higgins E.T., King G.A., Mavin G.H. (1982). Individual construct accessibility and subjective impressions and recall. *Journal of Personality and Social Psychology*, 43, s. 35-47.
- Higgins E.T., Rholes W.S., Jones C.R. (1977). Category accessibility and impression formation. *Journal of Experimental Social Psychology*, 13, s. 141-154.
- Hill T., Smith N.D., Lewicki P. (1989). The development of self-image bias: A real-world demonstration. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 15, s. 205-211.
- Hinkin T.R., Schriesheim CA. (1989). Development and application of new scales to measure the French and Raven (1959) bases of social power. *Journal of Applied Psychology*, 74, s. 561-567.
- Hofling CK., Brozman E., Dalrymple S., Graves N., Pierce CM. (1966). An experimental study of nurse-physician relationships. *Journal of Nervous and Mental Disease*, 143, s. 171-180.
- Hofstede G. i in. (1998). *Masculinity and Femininity. The Taboo Dimension of National Cultures*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Hogan R., Curphy G.J., Hogan J. (1994). What we know about leadership: Effectiveness and personality. *American Psychologist*, 49, s. 493-504.

- Hokanson J.E. (1970). Psychophysiological evaluation of the catharsis hypothesis, w: E.I. Megargee, J.E. Hokanson (red.), *The Dynamics of Aggression: Individual, Group, and International Analyses* (s. 71-97). New York: Harper Row.
- Hollander E.P. (1964). *Leaders, Groups and Influence*. New York: Oxford University Press.
- Holmes J.G., Rempel J.K. (1989). Trust in close relationships, w: C. Hendrick (red.), *Review of Personality and Social Psychology* (t. 10, s. 187-220). Beverly Hills, CA: Sage.
- Hovland CL, Lumsdaine A.A., Sheffield F.D. (1949). *Experiments on Mass Communication*. Princeton: Princeton University Press.
- Hovland CL, Sears R.R. (1940). Minor studies in aggression, VI: Correlation of lynchings with economic indices. *Journal of Personality*, 9, s. 301-310.
- Hovland CL, Weiss W. (1951). The influence of source credibility on communication effectiveness. *Public Opinion Quarterly*, 15, s. 635-650.
- Howard D.J. (1997). Familiar phrases as peripheral persuasion cues. *Journal of Experimental Social Psychology*, 33, s. 231-243.
- Howell J.M., Frost P.J. (1989). A laboratory study of charismatic leadership. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 43, s. 243-269.
- Huesmann L.R., Levinger G. (1976). Incremental exchange theory: A formal model for progression in dyadic social interaction. *Advances in Experimental Social Psychology*, t. 9, s. 191-229.
- Huguet P., GaWaing M.P., Monteil J.M., Dumas F. (1999). Social presence effects in the Stroop task: Further evidence for an attentional view of social facilitation. *Journal of Personality and Social Psychology*, 77, s. 1011-1025.
- Hull J.G., Bond C.F. (1986). Social and behavioral consequences of alcohol consumption and expectancy: A meta-analysis. *Psychological Bulletin*, 99, s. 347-360.
- Hyde J.S. (1984). How large are gender differences in aggression? A developmental meta-analysis. *Developmental Psychology*, 20, s. 722-736.
- Hyde J.S., Fennema E., Lamon S.J. (1990). Gender differences in mathematic performance: A meta-analysis. *Psychological Bulletin*, 107, s. 139-155.
- Hyde J.S., Frost L.A. (1993). Meta-analysis in the psychology of women, w: F.L. Denmark, M.A. Paludi (red.), *Psychology of Women. A Handbook of Issues and Theories* (s. 67-103). Westport, CT: Greenwood Press.
- Hyde J.S., Linn M.C. (1988). Gender differences in verbal ability: A meta-analysis. *Psychological Bulletin*, 104, s. 53-69.
- Hymes R.W. (1986). Political attitudes as social categories: A new look at selective memory. *Journal of Personality and Social Psychology*, 51, s. 233-241.
- Ingham A.G., Levinger G., Graves L, Peckham V. (1974). The Ringelmann effect: Studies of group size and group performance. *Journal of Personality and Social Psychology*, 10, s. 371-384.
- Ínsko CA. (1965). Verbal reinforcement of attitude. *Journal of Personality and Social Psychology*, 2, s. 621-623.

Isen A.M. (1984). Toward the understanding the role of affect in cognition, w: R.S. Wyer, T.K. Srull (red.), *Handbook of Social Cognition* (t. 3, s. 179-236). Hillsdale, N.J.: Erlbaum.

Isen A.M., (1987). Positive affect, cognitive processes, and social behavior. *Advances in Experimental Social Psychology*, 20, s. 203-253.

Isenberg D.J. (1986). Group polarization: A critical review and meta-analysis. *Journal of Personality and Social Psychology*, 50, s. 1141-1151.

Ito T.A., Miller N., Pollock V.E. (1996). Alcohol and aggression: A meta-analysis on the moderating effects of inhibitory cues, triggering events, and self-focused attention. *Psychological Bulletin*, 120, s. 60-82.

Iyengar S., Kinder D. (1987). *News that Matters*. Chicago: University of Chicago Press.

Jaccard J.J., Davidson A.R. (1972). Toward an understanding of family planning behaviors: An initial investigation. *Journal of Applied Social Psychology*, 2, s. 228-235.

Jackson J.M., Latane B. (1982). *Obedience: Strength and Immediacy of Authority and Social Loafing*. Referat wygłoszony na corocznym sympozjum Midwestern Psychological Association, Minneapolis.

Jakubchuk Z., Smeriglio V.L. (1976). The influence of symbolic modeling on the social behavior of preschool children with low levels of social responsiveness. *Child Development*, 47, s. 838-841.

Janis I.L. (1982). *Groupthink: Psychological Studies of Policy Decisions and Fiascoes* (wyd. 2). Boston: Houghton Mifflin.

Janis I.L. i in. (1959). *Personality and Persuasability*, New Haven, CT: Yale University.

Janis L.L., Feshbach S. (1953). Effects of fear-arousing Communications. *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 48, s. 78-92.

Janoff-Bulman R., Timko C. (1985). Cognitive biases in blaming the victim. *Journal of Experimental Social Psychology*, 21, s. 161-177.

Jarvik L.F., Kłodin V., Matsuyama S.S. (1973). Human aggression and the extra Y chromosome. Fact or fantasy? *American Psychologist*, 43, s. 674-682.

Jarymowicz M. (1979). *Modyfikowanie wyobrażeń dotyczących „ja” dla zwiększenia gotowości do zachowań prospołecznych*. Wrocław: Ossolineum.

Jarymowicz M. (1984). *Spostrzeganie własnej indywidualności. Percepcja i atrakcyjność odrębności własnej osoby od innych ludzi*. Wrocław: Ossolineum.

Jarymowicz M. (red.), (1988). *Studia nad spostrzeganiem relacji JA - INNI: tożsamość, indywiduacja, przynależność*. Wrocław: Ossolineum.

Jarymowicz M. (red.), (1994). *Poza egocentryczną perspektywą widzenia siebie i świata*. Warszawa: Wydawnictwo Instytutu Psychologii PAN.

Jarymowicz M. (2000). Psychologia tożsamości, w: J. Strelau (red.), *Psychologia. Podręcznik akademicki* (t. 3, s. 107—125). Gdańsk: Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne.

Jecker J., Landy D. (1969). Liking a person as a function of doing him a favor. *Human Relations*, 22, s. 371-378.

- Johnson B.T., Eagly A.H. (1989). The effects of involvement on persuasion: A meta-analysis. *Psychological Bulletin*, 106, s. 290-314.
- Jones E.E. (1964). *Ingratiation: A Social Psychological Analysis*. New York: Appleton-Century-Crofts.
- Jones E.E., Berglas S.C. (1978). Control of attributions about the self through self-handicapping strategies: The appeal of alcohol and the role of underachievement. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 4, s. 200-206.
- Jones E.E., Davis K.E. (1965). From acts to dispositions: The attribution process in person perception. *Advances in Experimental Social Psychology*, 2, s. 220-266.
- Jones E.E., Nisbett R.E. (1972). The actor and the observer: Divergent perceptions of the causes of behavior, w: E.E. Jones, D.E. Kanouse, H.H. Kelley, R.E. Nisbett, S. Valins, B. Weiner (red.), *Attribution: Perceiving the Causes of Behavior* (s. 79-94). Morristown, N.J.: General Learning Press.
- Jones E.E., Pittman T. (1982). Toward a general theory of strategic self-presentation, w: J. Suls (red.), *Psychological Perspectives on the Self* (t. 1, s. 231-262). Hillsdale, N.J.: Erlbaum.
- Jones E.E., Sigall H. (1971). The bogus pipeline: A new paradigm for measuring affect and attitude. *Psychological Bulletin*, 76, s. 349-364.
- Jones R.A., Brehm J.W. (1970). Persuasiveness of one and two-sided Communications as a function of awareness there are two sides. *Journal of Experimental Social Psychology*, 6, s. 47-56.
- Jussim L. (1999). Samospełniające się przepowiednie a utrzymywanie się stereotypów społecznych: rola interakcji diadycznych i sił społecznych, w: C.N. Macrae, C. Stangor, M. Hewstone (red.), *Stereotypy i uprzedzenia. Najnowsze ujęcie* (przekł. M. Majchrzak i in.) (s. 133-160). Gdańsk: Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne.
- Kahneman D., Tversky A. (1972). Subjective probability: A judgement of representativeness, *Cognitive Psychology*, 3, s. 430-454.
- Kahneman D., Tversky A. (1973). On the psychology of prediction. *Psychological Review*, 80, s. 237-251.
- Kahneman D., Tversky A. (1982). The simulation heuristic, w: D. Kahneman, P. Slovic, A. Tversky (red.), *Judgement under Uncertainty: Heuristics and Biases* (s. 201-208). Cambridge, England: Cambridge University Press.
- Kamińska-Feldman M. (1994). *Asymetria w ocenianiu dystansów Ja-Inni*. Warszawa: Oficyna Wydawnicza Wydziału Psychologii UW.
- Kaniasty K. (2001). Dynamika wsparcia społecznego w kontekście stresu społeczności, w: K. Lachowicz-Tabaczek (red.), *Psychologia społeczna w zastosowaniach. Od teorii do praktyki* (s. 43-82). Wrocław: Atla 2.
- Kaniasty K., Norris F.N. (1995). Mobilization and deterioration of social support following natural disasters. *Contemporary Directions in Psychological Science*, 4, s. 94-98.
- Kanter R.M. (1968). Commitment and social organization: A study of commitment mechanisms in utopian communities. *American Sociological Review*, 33, s. 499-517.
- Karau S.J., Williams K.D. (1993). Social loafing: A meta-analytic review and theoretical integration. *Journal of Personality and Social Psychology*, 65, s. 681-706.
- Karyłowski J. (1975). *Z badań nad mechanizmami ustosunkowań interpersonalnych*. Wrocław: Ossolineum.
- Karyłowski J. (1982). *O dwóch typach altruizmu*. Wrocław: Ossolineum.
- Kassin S.M., Pryor J.B. (1985). The development of attribution processes, w: J.B. Pryor, J. Day (red.), *The Development of Social Cognition* (s. 3-34). New York: Springer Verlag.
- Katz D. (1960). The functional approaches to the study of attitudes. *Public Opinion Quarterly*, 24, s. 163-204.
- Katz E., Lazarsfeld P.F. (1955). *Personal Influence: The Part Played by People in the Flow of Mass-communication*. New York: Free Press.
- Kelley H.H. (1967). Attribution theory in social psychology, w: D. Levine (red.), *Nebraska Symposium on Motivation* (t. 15). Lincoln: University of Nebraska Press.
- Kelley H.H. (1972). Causal schemata and the attribution process, w: E.E. Jones, D.E. Kanouse, H.H. Kelley, R.E. Nisbett, S. Valins, B. Weiner (red.), *Attribution: Perceiving the Causes of Behavior* (s. 1-26). Morristown, N.J.: General Learning Press.
- Kelley H.H. (1973). The process of causal attribution. *American Psychologist*, 28, s. 107-128.
- Kelman H.C., Hovland C.I. (1953). "Reinstatement" of the communicator in delayed measurement of opinion change. *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 48, s. 327-335.
- Kenrick D.T., Groth G.E., Trost M.R., Sadalla E.K. (1993). Integrating evolutionary and social exchange perspectives on relationships: Effects of gender, self-appraisal, and involvement level on mate selection. *Journal of Personality and Social Psychology*, 64, s. 951-969.
- Kenrick D.T., Gutierrez S.E., Goldberg L. (1989). Influence of erotica on ratings of strangers and mates. *Journal of Experimental Social Psychology*, 25, s. 159-167.
- Kenrick D.T., Keefe R.C. (1992). Age preferences in mates reflect sex differences in reproductive strategies. *Behavioral and Brain Sciences*, 15, s. 75-133.
- Kenrick D.T., Neuberg S.L., Cialdini R.B. (1999). *Social Psychology. Unraveling the Mystery*. Boston: Allyn and Bacon.
- Kenrick D.T., Sadalla E.K., Groth G., Trost M.R. (1990). Evolution, traits, and the strategies of human courtship: Qualifying the parental investment model. *Journal of Personality*, 58, s. 97-116.
- Kernis M.H., Cornell D.P., Sun C.-R., Berry A., Harlow T. (1993). There's more to self-esteem than whether it is high or low: The importance of stability of self-esteem. *Journal of Personality and Social Psychology*, 65, s. 1190-1204.
- Kernis M.H., Grannemann B.D., Barclay L.C. (1989). Stability and level of self-esteem as predictors of anger arousal and hostility. *Journal of Personality and Social Psychology*, 56, s. 1013-1023.

- King B.T., Janis I.L. (1956). Comparison of effectiveness of improvised versus non-improvised role-playing in producing opinion changes. *Human Relations*, 9, s. 177-186.
- Klayman J., Ha Y.W. (1987). Confirmation, disconfirmation, and information in hypothesis testing. *Psychological Review*, 94, s. 211-228.
- Kling K.C., Hyde J.S., Showers C.J., Buswell B.N. (1999). Gender differences in self-esteem: A meta-analysis. *Psychological Bulletin*, 125, s. 470-500.
- Kochańska G. (1980). Experimental formation of cognitive and helping social motivation in children. *Polish Psychological Bulletin*, 11, s. 75-85.
- Kofta M. (1982). Freedom to choose among modes of helping, value system, and willingness to help. *Polish Psychological Bulletin*, 13, s. 13-21.
- Kofta M. (1995). Stereotype of a group as a whole: The role of diabolic causation schema. *Polish Psychological Bulletin*, 26, s. 83-96.
- Kofta M. (2001). Stereotyp spiskowy jako centralny składnik antysemityzmu, w: M. Kofta, A. Jasińska-Kania (red.), *Stereotypy i uprzedzenia. Uwarunkowania psychologiczne i kulturowe* (s. 274-297). Warszawa: Wydawnictwo Naukowe „Scholar”.
- Kofta M., Narkiewicz-Jodko W., Drogosz M. (2000). Postrzegany consensus a skłonność do używania stereotypów. *Studia Psychologiczne*, 38, s. 93-117.
- Kofta M., Sędek G. (1989). Learned helplessness: Affective or cognitive disturbance?, w: CD. Spielberger, I.G. Sarason, J. Strelau (red.), *Stress and Awciety* (t. 12, s. 81-96). Washington: Hemisphere.
- Kofta M., Sędek G. (1993). Wyuczona bezradność: podejście informacyjne, w: M. Kofta (red.), *Psychologia aktywności: zaangażowanie, sprawstwo, bezradność* (s. 133-170). Poznań: Nakom.
- Kofta M., Sędek G. (1995). Stereotyp „duszy grupowej”. Wybory parlamentarne a postawy wobec osób pochodzenia żydowskiego. *Kolokwia Psychologiczne*, 5, s. 55-72.
- Kofta M., Szustrowa T. (red.), (2001). *Złudzenia, które pozwalają żyć* (wyd. 2). Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Korchmaros J.D., Kenny D.A. (2001). Emotional closeness as a mediator of the effect of genetic relatedness on altruism. *Psychological Science*, 12, s. 262-265.
- Koren P., Carlton K., Shaw D. (1980). Marital conflict: Relations among behaviors, outcomes, and distress. *Journal of Consulting and Clinical Psychology*, 48, s. 460-468.
- Kosewski M. (1977). *Agresywni przestępcy*. Warszawa: Wiedza Powszechna.
- Koss M.P., Harvey M.R. (1991). *The Rape Victim* (wyd. 2). Newbury Park: Sage.
- Kraus S.J. (1995). Attitudes and the prediction of behavior: A meta-analysis of the empirical literature. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 21, s. 58-75.
- Kravitz D.A., Martin B. (1986). Ringelmann rediscovered: The original article. *Journal of Personality and Social Psychology*, 50, s. 936-941.
- Kring A.M., Gordon A.H. (1998). Sex differences in emotion: Expression, experience, and physiology. *Journal of Personality and Social Psychology*, 74, s. 686-703.
- Krosnick J.A., Betz A.L., Jussim L.J., Lynn A.R. (1992). Subliminal conditioning of attitudes. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 18, s. 152-162.
- Kuczyńska A. (1998). *Sposób na bliski związek. Zachowania wiążące w procesie kształtowania się więzi w bliskich związkach*. Warszawa: Wydawnictwo Instytutu Psychologii PAN.
- Kunda Z., Sherman-Williams B. (1993). Stereotypes and the construal of individual information. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 19, s. 90-99.
- Kunda Z., Sinclair L., Griffin D. (1997). Equal ratings but separate meanings: Stereotypes and the construal of traits. *Journal of Personality and Social Psychology*, 72, s. 720-734.
- Kunda Z., Thagard P. (1996). Forming impressions from stereotypes, traits, and behaviors: A parallel-constraint-satisfaction theory. *Psychological Review*, 103, s. 284-308.
- Kunst-Wilson W.R., Zajonc R.B. (1980). Affective discrimination of stimuli that cannot be recognized. *Science*, 207, s. 557-558.
- Kuo Z.Y. (1938). Further study of the behavior of the cat toward the mouse. *Journal of Comparative Psychology*, 25, s. 1-8.
- Kuo Z.Y. (1967). *The Dynamics of Behavior Development*. New York: Random House.
- Kurcz I. (1994). *Zmienność i nieuchronność stereotypów*. Warszawa: Wydawnictwo Instytutu Psychologii PAN.
- Kwiatkowska A. (1999). *Tożsamość społeczna a kategoryzacje*. Warszawa: Wydawnictwo Instytutu Psychologii PAN.
- LaPierre R.T. (1934). Attitudes vs. actions. *Social Forces*, 13, s. 230-237.
- Larsen K.D., Coleman D., Forbes J., Johnson R. (1972). Is the subject's personality or the experimental situation a better predictor of a subject's willingness to administer shock to a victim? *Journal of Personality and Social Psychology*, 22, s. 287-295.
- Latane B. (1981). The psychology of social impact. *American Psychologist*, 36, s. 343-356.
- Latane B., Darley J.M. (1968). Group inhibition of bystander intervention in emergencies. *Journal of Personality and Social Psychology*, 10, s. 215-221.
- Latane B., Darley J.M. (1970). *The Unresponsive Bystander: Why Doesn't He Help?* New York: Appleton-Century-Crofts.
- Latane B., Williams K., Harkins S. (1979). Many hands make light the work: The causes and consequences of social loafing. *Journal of Personality and Social Psychology*, 37, s. 822-832.
- Latane B., Wolf S. (1981). The social impact of majorities and minorities. *Psychological Review*, 88, s. 438-453.
- Laughlin P.R. (1978). Ability and group problem solving. *Journal of Research in Development in Education*, 12, s. 114-120.
- Leary M. (1999). *Wywieranie wrażenia na innych. O sztuce autoprezentacji*. Gdańsk: Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne.
- Leary M.R., Downs D.L. (1995). Interpersonal functions of the self-esteem motive: The self-esteem system as a sociometer, w: M. Kernis (red.), *Efficacy, Agency, and Self-esteem* (s. 123-144). New York: Plenum.

- Leary M.R., Kowalski R.M. (1990). Impression management: A literature review and a two-component model. *Psychological Bulletin*, 107, s. 34-47.
- Leary M.R., Tander E.S., Terdal S.K., Downs D.L. (1995). Self-esteem as an interpersonal monitor: The sociometer hypothesis. *Journal of Personality and Social Psychology*, 68, s. 518-530.
- Lee J.A. (1973). *The Colors of Love: An Exploration of the Ways of Loving*. Don Mills: New Press.
- Lepper M.R., Greene D., Nisbett R.E. (1973). Undermining children's intrinsic interest with extrinsic rewards: A test of the overjustification hypothesis. *Journal of Personality and Social Psychology*, 28, s. 129-137.
- Leventhal H. (1970). Findings and theory in the study of fear Communications. *Advances in Experimental Social Psychology*, 5, s. 119-186.
- Leventhal H., Cameron L. (1994). Persuasion and health attitudes, w: S. Shavitt, T.C. Brock (red.), *Persuasion* (s. 219-249). Boston: Allyn & Bacon.
- Lewicka M. (1983). Lista przymiotnikowych określeń człowieka. *Przegląd Psychologiczny*, 26, s. 703-713.
- Lewicka M. (1993). *Aktor czy obserwator: psychologiczne mechanizmy odchylenia od racjonalności w myśleniu potocznym*. Warszawa-Olsztyn: Pracownia Wydawnicza PTP.
- Lewicka M., Trzebiński J. (red.), (1985). *Psychologia spostrzegania społecznego*. Warszawa: Książka i Wiedza.
- Likert R. (1967). *The Human Organization*. New York: McGraw-Hill.
- Lis-Turlejska M. (1976). Ingracjacja czyli manipulowanie innymi ludźmi za pomocą zwiększania własnej atrakcyjności, w: J. Reykowski (red.), *Osobowość a społeczne zachowanie się ludzi*. Warszawa: Książka i Wiedza.
- Lord C.G., Lepper M.R., Mackie D. (1984). Attitude prototypes as determinants of attitude behavior consistency. *Journal of Personality and Social Psychology*, 46, s. 1254-1266.
- Lord C.G., Ross L., Lepper M.R. (1979). Biased assimilation and attitude polarization: The effect of prior theories on subsequently considered evidence. *Journal of Personality and Social Psychology*, 37, s. 2098-2109.
- Lord R.G., De Vader C.L., Alliger G.M. (1986). A meta-analysis of the relation between personality traits and leadership perceptions: An application of validity generalization procedures. *Journal of Applied Psychology*, 71, s. 402-410.
- Lorenz K. (1965). *Evolution and Modification of Behavior*. Chicago: University of Chicago Press.
- Lorenz K. (1996). *Tak zwane zło* (przekł. A.D. Tauszyńska) (wyd. 3). Warszawa: Państwowy Instytut Wydawniczy.
- Łukaszewski W. (1999). Młodzi Polacy o narodach Europy, w: B. Wojciszke, M. Jarymowicz (red.), *Psychologia rozumienia zjawisk społecznych* (s. 209-242). Gdańsk: Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne.
- Łukaszewski W., Stajniak B. (1999). Katakizm powodzi: sposoby interpretacji

Maass A., Arcuri L. (1999). Język a stereotypizacja, w: C.N. Macrae, C. Stangor, M. Hewstone (red.), *Stereotypy i uprzedzenia. Najnowsze ujęcie* (przekł. M. Majchrzak i in.) (s. 161-188). Gdańsk: Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne.

Maass A., Clark R.D., III (1984). Hidden impact of minorities: Fifteen years of minority influence research. *Psychological Bulletin*, 95, s. 428-50.

Maass A., West S.G., Cialdini R.B. (1987). Minority influence and conversion, w: C. Hendrick (red.), *Review of Personality and Social Psychology. Group Processes*. (t. 8, s. 55-79). Newbury Park: Sage Publications.

Maccoby E.E., Jacklin C.N. (1974) *The Psychology of Sex Differences*. Stanford, CA: Stanford University Press.

Mackie D.M., Allison S.T., Worth L.T., Asuncion G.T. (1992). The generalization of outcome-based counter-stereotypic inferences. *Journal of Experimental Social Psychology*, 28, s. 43-64.

Mackie D.M., Hamilton D.L., Susskind J., Rosselli, F. (1999). Społeczno-psychologiczne podstawy powstawania stereotypów, w: C.N. Macrae, C. Stangor, M. Hewstone (red.), *Stereotypy i uprzedzenia. Najnowsze ujęcie* (przekł. M. Majchrzak i in.) (s. 39-65). Gdańsk: Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne.

MacLeod CM. (1991). Half a century of research on the Stroop effect: An integrative review. *Psychological Bulletin* 109, s. 163-203.

Macrae C.N., Milne A.B., Bodenhausen G.V. (1994). Stereotypes as energy saving devices: A peek inside the cognitive toolbox. *Journal of Personality and Social Psychology*, 66, s. 37-47.

Macrae C.N., Stangor C, Milne A.B. (1994). Activating social stereotypes: A functional analysis. *Journal of Experimental Social Psychology*, 30, s. 370-389.

Maio G.R., Olson J.M. (1995). Relations between values, attitudes, and behavioral intentions: The moderating role of attitude function. *Journal of Experimental Social Psychology*, 31, s. 266-285.

Maio G.R., Olson J.M. (1998). Values as truisms: Evidence and implications. *Journal of Personality and Social Psychology*, 74, s. 294-311.

Malewski A. (1962). Pozytywny i negatywny obraz własnej osoby a proces podejmowania decyzji. *Studia Socjologiczne*, 2, s. 237-248.

Mandal E. (2000). *Podmiotowe i interpersonalne konsekwencje stereotypów związanych z płcią*. Katowice: Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego.

Mann R.D. (1959). A review of the relationship between personality and performance in small groups. *Psychological Bulletin*, 56, s. 241-270.

Manucia G.K., Baumann D.J., Cialdini R.B. (1984). Mood influences in helping: Direct effects or side effects? *Journal of Personality and Social Psychology*, 46, s. 357-364.

Markus H. (1980). The self in thought and memory, w: D.M. Wegner, R.R. Vallacher (red.), *The Self in Social Psychology* (wydanie polskie: Ja w myśli i pamięci, w: T. Maruszewski (red.), (1993). *Poznanie, afekt, zachowanie* (przekł. D. Bartkowska-Nowak i in.) (s. 102-130). Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN).

Markus H., Kitayama S. (1991). Culture and the self. Implications for cognition, emotion, and motivation. *Psychological Review*, 98, s. 224-253.

Markus H., Smith J., Moreland R.L. (1985), Role of the self-concept in the social perception of others. *Journal of Personality and Social Psychology*, 49, s. 1494-1512. Marody M., Gucwa-Leśny E. (red.), (1996). *Podstawy życia społecznego w Polsce*.

Warszawa: Instytut Studiów Społecznych UW. Martin L.L., Seta J.J., Crelia R. (1990). Assimilation and contrast as a function of people willingness and ability to expand effort in forming an impression. *Journal of Personality and Social Psychology*, 59, s. 27-37. Maruszewski T. (2001). *Psychologia poznania*. Gdańsk: Gdańskie Wydawnictwo

Psychologiczne. Materska M., Tyszka T. (red.), (1997). *Psychologia i poznanie* (wyd. 2). Warszawa:

Wydawnictwo Naukowe PWN. Mądrzycki T. (1977). *Psychologiczne prawidłowości kształtowania się postaw*

(wyd. 2). Warszawa: Wydawnictwa Szkolne i Pedagogiczne. Mądrzycki T. (1986). *Deformacje w spostrzeganiu ludzi*. Warszawa: Państwowe

Wydawnictwo Naukowe. McClelland D.C., Winter D.G. (1969). *Motivating Economic Achievement*. New

York: Free Press. McFarlin D.B., Baumeister R.F., Blascovich J. (1984). On knowing when to quit:

Task failure, self-esteem, advice, and non-productive persistence. *Journal of Personality*, 52, s. 138-155. McGuire WJ. (1968). Personality and attitude change: An information-processing

theory, w: A.G. Greenwald, T.C. Brock, T.M. Ostrom (red.), *Psychological Foundations of Attitudes* (s. 171-196). San Diego, CA: Academic Press.

McGuire WJ. (1985). Attitudes and attitude change, w: G. Lindzey, E. Aronson (red.), *Handbook of Social Psychology* (wyd. 3, t. 2, s. 233-346). New York:

Random House. McGuire W.J., Papageorgis D. (1961). The relative efficacy of various types of

prior belief-defense in producing immunity against persuasion. *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 62, s. 327-337. McNeel S.P., Messick D.M.

(1970). A Bayesian analysis of subjectWe probabilities of interpersonal relationships. *Acta Psychologica*, 34, s. 311-321. Mead G.H.

(1975). *Umysł, osobowość i społeczeństwo* (przekł. Z. Wolińska).

Warszawa: Państwowe Wydawnictwo Naukowe. Medalie J., Goldbourt V.

(1976). Angina pectoris among 10,000 men: Psychosocial and other risk factors as evidenced by a multivariate analysis of a five-year incidence study. *American Journal of Medicine*, 60, s. 910-924. Mednick

M.T., Thomas V.G. (1993). Women and the psychology of achievement:

A view from the eighties, w: F. Denmark, M. Paludi (red.), *Psychology of Women. A Handbook of Issues and Theories* (s. 585-626). Westport, CT: Green-

wood Press. Mettee D.R., Aronson E. (1974). Affective reactions to appraisal from others, w:

T.L. Huston (red.), *Foundations of Interpersonal Attraction*. New York: Academic Press. Meyers D.G. (1993). *Social Psychology* (wyd. 4). New York:

McGraw-Hill.

Mickelson K.D., Kessler R., Shaver P.R. (1997). Adult attachment in a nationally representative sample. *Journal of Personality and Social Psychology*, 73, s. 1092-1106.

Mika S. (1969). *Skuteczność kar w wychowaniu*. Warszawa: Państwowe Wydawnictwo Naukowe.

Mika S. (1981). Some determinants of credibility. *Polish Psychological Bulletin*, 12, s. 79-86.

Miles D.R., Carey G. (1997). Genetic and environmental architecture of human aggression. *Journal of Personality and Social Psychology*, 72, s. 207-217.

Milgram S. (1974). *Obedience to Authority: An Experimental View*. New York: Harper Row.

Milgram S. (1992). *The Individual in a Social World: Essays and Experiments* (wyd. 2). J. Sabini, M. Silver (red.). New York: McGraw-Hill.

Miller D.T., Ross M. (1975). Self-serving biases in the attribution of causality: Fact or fiction? *Psychological Bulletin*, 82, s. 213-225.

Miller J.G., Bersoff D.M., Harwood R.L. (1990). Perceptions of social responsibility in India and in the United States: Moral imperatives or personal decisions. *Journal of Personality and Social Psychology*, 58, s. 33-47.

Miller N., Campbell D.T. (1959). Recency and primacy in persuasion as a function of the timing of speeches and measurements. *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 59, s. 1-9.

Mills I., Clark M.S. (1994). Communal and exchange relationships: Controversies and research, w: R. Erber, R. Gilmour (red.), *Theoretical Frameworks for Personal Relationships* (s. 29-42). Hillsdale, N.J.: Erlbaum.

Miluska J. (1996). *Tożsamość kobiet i mężczyzn w cyklu życia*. Poznań: Wydawnictwo Naukowe UAM.

Montagu A. (1976). *The Nature of Human Aggression*. New York: Oxford University Press.

Moreland R.L., Beach S.R. (1992). Exposure effects in the classroom: The development of affinity among students. *Journal of Experimental Social Psychology*, 28, s. 255-276.

Morris D. (1974). *Naga małpa* (przekł. T. Bielicki i in.). Warszawa: Wiedza Powszechna.

Morse S., Gergen K.J. (1970). Social comparison, self-consistency, and the concept of the self. *Journal of Personality and Social Psychology*, 16, s. 148-156.

Moscovici S. (1980). Toward a theory of conversion behavior. *Advances in Experimental Social Psychology*, 13, s. 209-239.

Moscovici S. (1985). Social influence and conformity, w: G. Lindzey, E. Aronson (red.), *Handbook of Social Psychology* (wyd. 3, t. 2, s. 347—4-12). New York: Random House.

Mueller C.W., Donnerstein E.E., Hallam J. (1983). Violent films and prosocial behavior. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 9, s. 83-89.

Mullen B., Copper C. (1994). The relation between group cohesiveness and performance: An integration. *Psychological Bulletin*, 115, s. 210-227.

Mullen B., Hu L. (1988). Social projection as a function of cognitive mechanisms: Two meta-

analytic integrations. *British Journal of Social Psychology*, 27, s. 333-356.

- Mullen B., Johnson C., Salas E. (1991). Productivity loss in brain-storming groups: A meta-analytic integration. *Basic and Applied Social Psychology*, 12, s. 3-23.
- Mullen B., Johnson D.A., Drake S.D. (1987). Organizational productivity as a function of group composition: A self-attention perspective. *Journal of Social Psychology*, 127, s. 143-150.
- Muraven M., Tice D.M., Baumeister R.F. (1998). Self-control as limited resource: Regulatory depletion patterns. *Journal of Personality and Social Psychology*, 74, s. 774-789.
- Mussweiler T., Förster J. (2000). The sex -> aggression link: A perception-behavior dissociation. *Journal of Personality and Social Psychology*, 79, s. 507-520.
- Myers D.G. (1978). Polarizing effects of social comparison. *Journal of Experimental Social Psychology*, 14, s. 554-563.
- Nadler A., Fisher J.D. (1986). The role of threat to self-esteem and perceived control in recipient reaction to help: Theory development and empirical validation. *Advances in Experimental Social Psychology*, 19, s. 81-122.
- Nadler A., Fisher J.D., Streufert S. (1976). When helping hurts: Effects of donor-recipient similarity and recipient self-esteem on reactions to aid. *Journal of Personality*, 44, s. 392-409.
- Nawrocka J. (2001). *Wpływ płci osoby spostrzegającej i spostrzeganej na ocenę miękkiego i twardego sposobu realizacji władzy*. Niepublikowana praca doktorska. Gdańsk: Uniwersytet Gdański.
- Nemeth C. (1986). Differential contributions of majority and minority influence. *Psychological Review*, 93, s. 23-32.
- Newman L.S., Uleman J.S. (1989). Spontaneous trait inference, w: J.S. Uleman, J.A. Bargh (red.), *Unintended Thought* (s. 155-188). New York: Guilford Press.
- Neumann R., Strack F. (2000). "Mood contagion": The automatic transfer of mood between persons. *Journal of Personality and Social Psychology*, 79, s. 211-223.
- Newman R.S. (1990). Children's help-seeking in the classroom: The role of motivational factors and attitudes. *Journal of Educational Psychology*, 82, s. 92-100.
- Nęcka E. (2001). *Psychologia twórczości*. Gdańsk: Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne.
- Nęcki Z. (1975). *Psychologiczne uwarunkowania wzajemnej atrakcyjności*. Wrocław: Ossolineum.
- Nisbett R.E., Borgida E. (1975). Attribution and the psychology of prediction. *Journal of Personality and Social Psychology*, 32, s. 932-943.
- Nisbett R.E., Caputo C., Legant P., Maracek J. (1973). Behavior as seen by the actor and as seen by the observer. *Journal of Personality and Social Psychology*, 27, s. 154-165.
- Nisbett R., Cohen D. (1996). *Culture of Honor. The Psychology of Violence in the South*. Boulder: Westview Press.
- Nisbett R., Ross L. (1980). *Human Inference: Strategies and Shortcomings of Social Judgment*. Englewood Cliffs, N.J.: Prentice Hall.
- Norman R. (1976). When what is said is important: A comparison of expert and attractive sources. *Journal of Experimental Social Psychology*, 12, s. 294-300.
- Northcraft G.B., Neale M.A. (1987). Experts, amateurs, and real estate: An anchoring-and-adjustment perspective on property pricing decisions. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 39, s. 84-97.
- Nosanchuk T.A., Lightstone J. (1974). Canned laughter and public and private conformity. *Journal of Personality and Social Psychology*, 29, s. 153-156.
- Noseworthy C.M., Lott A.J. (1984). The cognitive organization of gender-stereotypic categories. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 10, s. 474-481.
- Nowak A. (1996). Bąble nowego w morzu starego. Podwójna rzeczywistość okresu przemian społecznych, w: M. Marody, E. Gucwa-Leśny (red.), *Podstawy życia społecznego w Polsce* (s. 229-251). Warszawa: Instytut Studiów Społecznych UW.
- Nowak A., Lewenstein M., Szamrej J. (1993). „Bąble” modelem przemian społecznych. *Świat Nauki*, 48, s. 16-25.
- Nowak A., Szamrej J., Latane B. (1990). From private attitude to public opinion: A dynamic theory of social impact. *Psychological Review*, 97, s. 362-376.
- Nowak S. (1973). Pojęcie postawy w teoriach i stosowanych badaniach społecznych, w: S. Nowak (red.), *Teorie postaw*. Warszawa: Państwowe Wydawnictwo Naukowe.
- Nuttin J.M., Jr (1987). Affective consequences of mere ownership: The name letter in twelve European languages. *European Journal of Social Psychology*, 17, s. 381-402.
- O'Donohue W., Downs K., Yeater E.A. (1998). Sexual harassment: A review of the literature. *Aggression and Violent Behavior*, 3, s. 11-128.
- Oliner S.P., Oliner P.M. (1988). *The Altruistic Personality: Rescuers of Jews in Nazi Europe*. New York: The Free Press.
- Oliver M.B., Hyde J.S. (1993). Gender differences in sexuality: A meta-analysis. *Psychological Bulletin*, 114, s. 29-51.
- Olweus D. (1979). Stability of aggressive reaction patterns in males: A review. *Psychological Bulletin*, 86, s. 852-875.
- Osgood C.E., Suci G.J., Tannenbaum P.H. (1957). *The Measurement of Meaning*. Urbana: University of Illinois Press.
- Ostendorf F. (1994). Zur Taxonomie deutscher Dispositionsbegriffe, w: W. Hager, M. Hasselhorn (red.), *Handbuch deutschsprachiger Wortnormen* (s. 382-441). Göttingen: Hogrefe.
- Ostrowska A. (1999). *Wpływ reklamy telewizyjnej na ocenę własnej atrakcyjności*. Niepublikowana praca doktorska napisana pod kier. W. Łukaszewskiego, Kraków: Instytut Psychologii Uniwersytetu Jagiellońskiego.
- Ouellette J.A., Wood W. (1998). Habit and intention in everyday life: The multiple processes by which past behavior predicts future behavior. *Psychological Bulletin*, 124, s. 54-74.
- Pallak M.S., Cook D.A., Sullivan J.J. (1980). Commitment and energy conservation. *Applied Social Psychology Annual*, 1, s. 235-253.

- Parke R.D., Berkowitz L., Leyens J.-P., West S.G., Sebastian R.J. (1977). Some effects of violent and nonviolent movies on the behavior of juvenile delinquents. *Advances in Experimental Social Psychology*, 10, s. 135-172.
- Parsons T. (1960). *Structure and Process in Modern Societies*. New York: Free Press.
- Patterson G.R. (1976). The aggressive child: Victim and architect of a coercive system, w: E.J. Mash, L.A. Hamerlynck, L.C. Handy (red.), *Behavior Modification and Families* (t. 1: *Theory and Research*, s. 112-140). New York: Brunner/Mazel.
- Patterson G.R. (1986). Performance models for antisocial boys. *American Psychologist*, 41, s. 432-444.
- Patterson G.R., Chamberlain P., Reid J.B. (1982). A comparative evaluation of a parent-training program. *Behavior Therapy*, 10, s. 168-185.
- Patterson G.R., Cobb J.A., Ray R.S. (1972). Direct interventions in the classroom: A set of procedures for the aggressive child, w: F. Clark, D. Evans, L. Hamerlynck (red.), *Implementing Behavioral Programs for Schools and Clinic*. Champaign IL: Research Press.
- Patterson G.R., Littman R.A., Bricker W. (1967). Assertive behavior in children: A step toward a theory of aggression. *Monographs of the Society for Research in Child Development*, 32 (whole No. 113).
- Paulus P.B., Dzindolet M.T. (1993). Social influence in group brainstorming. *Journal of Personality and Social Psychology*, 64, s. 575-586.
- Peeters G., Czapiński J. (1990). Positive-negative asymmetry in evaluations: The distinction between affective and informational negativity effects, w: W. Stroebe, M. Hewstone (red.), *European Review of Social Psychology* (tom I, s. 33-60). Chichester, England: Wiley.
- Pervin L.A. (2002). *Psychologia osobowości* (przekł. M. Orski). Gdańsk: Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne.
- Pessin J., Husband R.W. (1933). Effects of social stimulation on human maze learning. *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 28, s. 148-154.
- Petty R.E., Ostrom T.M., Brock T.C. (red.), (1981). *Cognitive Responses in Persuasion*. Hillsdale, N.J.: Erlbaum.
- Petty R.E., Wegener D.T., Fabrigar L.R. (1997). Attitudes and attitude change. *Annual Review of Psychology*, 48, s. 609-647.
- Petty R.E., Wells G.L., Brock T.C. (1976). Distraction can enhance or reduce yielding to propaganda: Thought disruption versus effort justification. *Journal of Personality and Social Psychology*, 34, s. 874-884.
- Petty R.R., Cacioppo J.T. (1984). The effects of involvement on responses to argument quantity and quality: Central and peripheral routes to persuasion. *Journal of Personality and Social Psychology*, 46, s. 69-81.
- Petty R.R., Cacioppo J.T. (1985). *Communication and Persuasion: Central and Peripheral Routes to Attitude Change*. New York: Springer Verlag.
- Petty R.R., Cacioppo J.T. (1986). The elaboration likelihood model of persuasion. *Advances in Experimental Social Psychology*, 19, s. 123-205.
- Petty R.R., Cacioppo J.T., Goldman R. (1981). Personal involvement as a determinant of argument-based persuasion. *Journal of Personality and Social Psychology*, 41, s. 847-855.

- Phillips D.P. (1980). The deterrent effect of capital punishment: New evidence on an old controversy. *American Journal of Sociology*, 86, s. 139-148.
- Phillips D.P. (1986). Natural experiments on the effects of mass media violence on fatal aggression: Strengths and weaknesses of a new approach. *Advances in Experimental Social Psychology*, 19, s. 207-250.
- Phillips D.P. (1989). Recent advances in suicidology: The study of imitative suicide, w: R.F.W. Diekstra, R. Maris, S. Platt, A. Schmidtke, G. Sonneck (red.), *Suicide and Its Prevention: The Role of Attitude and Imitation* (s. 299-312). Leiden: EJ. Brill.
- Piliavin I.M., Rodin J., Piliavin J.A. (1969). Good Samaritanism: An underground phenomenon. *Journal of Personality and Social Psychology*, 13, s. 289-299.
- Piliavin J.A., Dovidio J.F., Gaertner S.S., Clark R.D. (1981). *Emergency Intervention*. New York: Academic Press.
- Pinker S. (1994). *The Language Instinct*. New York: Morrow.
- Pinker S. (1997). *How the Mind Works*. New York: Norton.
- Pleban R., Tesser A. (1981). The effects of relevance and quality of another's performance on interpersonal closeness. *Social Psychology Quarterly*, 44, s. 278-285.
- Pomerantz E.M., Chaiken S., Tordesillas R.S. (1995). Attitude strength and resistance processes. *Journal of Personality and Social Psychology*, 69, s. 408-419.
- Pratkanis A.R., Aronson E. (2000). *Age of Propaganda. The Everyday Use and Abuse of Propaganda* (wyd. 2). New York: W.H. Freeman.
- Pratkanis A.R., Eskenazi J., Greenwald A.G. (1994). What you expect is what you believe (but not necessarily what you get): A test of the effectiveness of subliminal self-help audiotapes. *Basic and Applied Social Psychology*, 15, s. 251-276.
- Pratkanis A.R., Greenwald A.G., Leippe M.R., Baumgardner M.H. (1988). In search of reliable persuasion effects: III. The sleeper effect is dead, long live the sleeper effect. *Journal of Personality and Social Psychology*, 54, s. 203-218.
- Pryor J.B., Gibbons F.X., Wicklund R.A., Fazio R.H., Hood R. (1977). Self-focused attention and self-report validity. *Journal of Personality*, 45, s. 513-527.
- Pyszczynski T., Greenberg J., Solomon S. (1997). Why do we need what we need? A terror management theory perspective on the roots of human motivation. *Psychological Inquiry*, 8, s. 1-20.
- Quattrone G.A. (1982). Overattribution and unit formation: When behavior engulfs the person. *Journal of Personality and Social Psychology*, 42, s. 593-607.
- Raschke H.J. (1987). Dworce, w: M.B. Sussman, S.K. Steinmetz (red.), *Handbook of Marriage and the Family* (s. 597-624). New York: Plenum Press.
- Ray M.C., Simons R.L. (1987). Convicted murderers' accounts of their crimes: A study of homicide in small communities. *Symbolic Interaction*, 10, s. 57-70.
- Reeder G.D. (1985). Implicit relations between dispositions and behaviors: Effects on dispositional attribution, w: J.M. Harvey, G. Weary (red.), *Attribution: Basic Issues and Applications* (s. 87-116). New York: Academic Press.

- Regan D.T. (1971). Effects of favor and liking on compliance. *Journal of Experimental Social Psychology*, 7, s. 627-639. Regan D.T., Williams M., Sparling S. (1972). Voluntary expiation of guilt: A field experiment. *Journal of Personality and Social Psychology*, 24, s. 42-45.
- Reingen P.H. (1982). Test of a list procedure for inducing compliance with a request to donate money. *Journal of Applied Psychology*, 67, s. 110-118. Rempel J.K., Holmes J.G., Zanna M.P. (1985). Trust in close relationships. *Journal of Personality and Social Psychology*, 49, s. 95-112. Reykowski J. (1979). *Motywacja, postawy prospołeczne a osobowość*. Warszawa: Państwowe Wydawnictwo Naukowe.
- Reykowski J. (1982). Motivation of prosocial behavior, w: V. Derlega, J. Grzelak (red.), *Cooperation and Helping Behavior* (s. 355-375). New York: Academic Press.
- Rhodes N., Wood W. (1992). Self-esteem and intelligence affect influenceability: The mediating role of message reception. *Psychological Bulletin*, 777, s. 156-171.
- Rice R.W. (1978). Construct validity of the least preferred co-worker score. *Psychological Bulletin*, 85, s. 1199-1237. Rodin M.J. (1978). Liking and disliking: Sketch of an alternative view. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 4, s. 473-478.
- Roese N.J. (1994). The functional basis of counterfactual thinking. *Journal of Personality and Social Psychology*, 66, s. 805-818.
- Roese N.J., Olson J.M. (1997). Counterfactual thinking: The intersection of affect and function. *Advances in Experimental Social Psychology*, 29, s. 1-59.
- Rogers T.B., Kuiper N.A., Kirker W.S. (1977). Self-reference and the encoding of personal information. *Journal of Personality and Social Psychology*, 35, s. 677-688.
- Rokeach M. (1973). *The Nature of Human Values*. New York: Free Press.
- Rosenberg M. (1965). *Society and the Adolescent Self-image*. Princeton, N.J.: Princeton University Press.
- Rosenberg S., Nelson C., Vivenkanathan P.S. (1968). A multidimensional approach to the structure of personality impressions. *Journal of Personality and Social Psychology*, 9, s. 283-294.
- Rosenfeld P., Giacalone R.A., Riordan C.A. (1995). *Impression Management in Organizations*. London: Routledge.
- Rosenthal R. (1991a). Oczekiwania interpersonalne. Skutki przyjętej przez badacza hipotezy, w: J. Brzeziński, J. Siuta (red.), *Społeczny kontekst badań psychologicznych i pedagogicznych. Wybór tekstów*. Poznań: Wydawnictwo Naukowe UAM.
- Rosenthal R. (1991b). *Meta-analytic procedures for social research* (wyd. 2). Newbury Park, CA: Sage.
- Rosenthal R., Jacobson L. (1968). *Pygmalion in the Classroom*. New York: Holt, Reinhart and Winston.
- Rosenthal R., Rubin D.B. (1982). Further meta-analytic procedures for assessing cognitive gender differences. *Journal of Educational Psychology*, 74, s. 708-712.
- Ross L. (1977). The intuitive psychologists and his shortcomings: Distortions in the attribution process. *Advances in Experimental Social Psychology*, 10, s. 174-221.
- Ross L., Amabile T.M., Steinmetz J.L. (1977). Social roles, social control and biases in social-perception processes. *Journal of Personality and Social Psychology*, 35, s. 485-494.
- Ross L., Greene D., House P. (1977). The "false consensus phenomenon": An egocentric bias in social perception and attribution processes. *Journal of Experimental Social Psychology*, 13, s. 279-301.
- Ross L., Lepper M.R., Strack F., Steinmetz J.L. (1977). Social explanation and social expectation: The effects of real and hypothetical explanations upon subjective likelihood. *Journal of Personality and Social Psychology*, 35, s. 817-829.
- Ross M., Sicoly F. (1979). Egocentric biases in availability and attribution. *Journal of Personality and Social Psychology*, 37, s. 322-336.
- Ruback B.B., Juieng D. (1997). Territorial defense in parking lots: Retaliation against waiting drivers. *Journal of Applied Social Psychology*, 27, s. 821-834.
- Rubin J.Z., Provenzano F.J., Luria Z. (1974). The eye of the beholder: Parents' views on sex of newborns. *American Journal of Orthopsychiatry*, 44, s. 512-519.
- Rubin M.L., Hewstone M. (1998). Social identity theory's self-esteem hypothesis: A review and some suggestions for clarification. *Personality and Social Psychology Review*, 2, s. 40-62.
- Rubin Z. (1970). Measurement of romantic love. *Journal of Personality and Social Psychology*, 16, s. 265-273.
- Rudman L.A. (1998). Self-promotion as a risk factor for women: The costs and benefits of counterstereotypical impression management. *Journal of Personality and Social Psychology*, 74, s. 629-645.
- Rule B.G., Ferguson T.J. (1984). The relation among attribution, moral evaluation, anger, and aggression in children and adults, w: A. Mummendey (red.), *Social Psychology of Aggression: From Individual Behavior to Social Interaction* (s. 194-219). New York: Springer.
- Rule B.G., Leger G.J. (1976). Pain cues and differing functions of aggression. *Canadian Journal of Behavioral Science*, 8, s. 213-223.
- Rusbult C.E., Zembrodt I.M., Gunn L.K. (1982). Exit, voice, loyalty, and neglect: Responses to dissatisfaction in romantic involvements. *Journal of Personality and Social Psychology*, 43, s. 1230-1242.
- Rushton J.P., Teachman G. (1978). The effects of positive reinforcement, attributions, and punishment on model-induced altruism in children. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 4, s. 322-325.
- Salancik G.R. (1982). Attitude-behavior consistencies as social logics, w: M.P. Zanna, E.T. Higgins, C.P. Herman (red.), *Consistency in Social Behavior. The Ontario Symposium* (t. 2, s. 174-192). Hillsdale, N.J.: Erlbaum.
- Sanbonmatsu D.M., Fazio R.H. (1990). The role of attitudes in memory-based decision making. *Journal of Personality and Social Psychology*, 59, s. 614-622.
- Sanders G.S., Baron R.S. (1977). Is social comparison irrelevant for producing choice shifts? *Journal of Experimental Social Psychology*, 13, s. 303-314.

Sanders G.S., Baron R.S., Moore D.L. (1978). Distraction and social comparison as mediators of social facilitation effects. *Journal of Experimental Social Psychology*, 14, s. 291-303. Satow K.L. (1975). Social approval and helping. *Journal of Experimental Social Psychology*, 11, s. 501-509. Savitsky K., Epley N., Gilovich T. (2001). Do others judge us as harshly as we think? Overestimating the impact of our failures, shortcomings and mishaps. *Journal of Personality and Social Psychology*, 81, s. 44—56. Sayette M.A. (1993). An appraisal-disruption model of alcohol's effect on stress responses in social drinkers. *Psychological Bulletin*, 114, s. 459-476. Schachter S. (1964). The interaction of cognitive and physiological determinants of emotional state. *Advances in Experimental Social Psychology*, 1, s. 48-81. Schlenker B.R. (1980). *Impression Management: The Self-concept, Social Identity, and Interpersonal Relations*. Moterey, CA: Brooks/Cole. Schmitt B., Gilovich T.K., Gore N., Joseph L. (1986). Mere presence and social facilitation. *Journal of Experimental Social Psychology*, 22, s. 242-248. Schuman H., Presser S. (1981). *Questions and Answers in Attitude Surveys*. New York: Academic Press. Schwartz S.H. (1977). Normative influences on altruism. *Advances in Experimental Social Psychology*, 10, s. 232-258. Schwartz S.H. (1992). Universals in the content of values: Theoretical advances and empirical test in 20 countries. *Advances in Experimental Social Psychology*, 25, s. 1-65. Schwartz S.H., Bilsky W. (1987). Toward a universal psychological structure of human values. *Journal of Personality and Social Psychology*, 53, s. 550-562. Schwarz N. (1999). Self-reports. How the questions shape the answers. *American Psychologist*, 54, s. 93-105. Schwarz N., Bless H. (1992). Constructing reality and its alternatives: An inclusion/exclusion model of assimilation and contrast effects in social judgment, w: L. Martin, A. Tesser (red.), *The Construction of Social Judgment* (s. 217-245). Hillsdale, N.J.: Erlbaum. Schwarz N., Bless H., Bohner G. (1991). Mood and persuasion: Affective states influence the processing of persuasive Communications. *Advances in Experimental Social Psychology*, 24, s. 161-199. Schwarz N., Bless H., Strack F., Klumpp G., Rittenauer-Schatka H., Simons A. (1991). Ease of retrieval as information: Another look at the availability heuristic. *Journal of Personality and Social Psychology*, 61, s. 195-202. Schwarz N., Clore G.L. (1983). Mood, misattribution, and judgements of well-being: Informative and directive functions of affective states. *Journal of Personality and Social Psychology*, 45, s. 513-523. Schwarz N., Clore G.L. (1996). Feelings and phenomenal experiences, w: E.T.

Higgins, A.W. Kruglanski (red.), *Social Psychology: A Handbook of Basic Principles* (s. 433-465). New York: Guilford Press.

Schwarz N., Knauper B., Hippler H.J., Noelle-Neumann E., Clark F. (1991). Rating scales: Numeric values may change the meaning of scale labels. *Public Opinion Quarterly*, 55, s. 570-582. Schwarz N., Strack F., Kommer D., Wagner D. (1987). Soccer, rooms and the quality of your life: Mood effects on judgments of satisfaction with life in general and with specific domains. *European Journal of Social Psychology*, 17, s. 69-79.

Schwarzwald J., Raz M., Zvibel M. (1979). The efficacy of the door-in-the-face technique when established behavioral custom exists. *Journal of Applied Social Psychology*, 9, s. 576-586. Scott W.E., Cummings L.L. (red.), (1983). *Zachowanie człowieka w organizacji* (przekł. B. Czarniawska, A. Jaworska, P. Kuczyński). Warszawa: Państwowe Wydawnictwo Naukowe.

Sedikides C. (1993). Assessment, enhancement, and verification determinants of self-evaluation process, *Journal of Personality and Social Psychology*, 65, s. 317-338. Sedikides C., Strube M.J. (1997). Self-evaluation: To thine own self to be good, to thine own self to be sure, to thine own self to be true, and to thine own self to be better. *Advances in Experimental Social Psychology*, 29, s. 209-269.

Sedikides C., Skowronski J. (1991). The law of cognitive structure activation. *Psychological Inquiry*, 2, s. 169-184. Seligman C., Katz A.N. (1996). The dynamics of value systems, w: C. Seligman, J.M. Olson, M.P. Zanna (red.), *The Psychology of Values: The Ontario Symposium* (t. 8, s. 53-75). Mahwah, N.J.: Erlbaum.

Seligman M., Hager J. (1972). *The Biological Boundaries of Learning*. New York: Appleton-Century-Crofts.

Semin G.R., Fiedler K. (1991). The linguistic category model, its bases, applications, and range, w: W. Stroebe, M. Hewstone (red.), *European Review of Social Psychology* (t. 2, s. 1-30), Chichester, England: Wiley.

Sędek G. (1995). *Bezradność intelektualna w szkole*. Warszawa: Wydawnictwo Instytutu Psychologii PAN.

Shaughnessy J.J., Zechmeister E.B., Zechmeister J.S. (2002). *Metody badawcze w psychologii* (przekł. M. Rucińska). Gdańsk: Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne.

Shaver P., Schwartz J., Kirson D., O'Connor C. (1987). Emotion knowledge: Further exploration of a prototype approach. *Journal of Personality and Social Psychology*, 52, s. 1061-1086.

Shepperd J.A., Socherman R.E. (1997). On the manipulative behavior of low machiavellians: Feigning incompetence to sandbag an opponent. *Journal of Personality and Social Psychology*, 72, s. 1448-1459.

Sherman J.W. (1996). Development and mental representation of stereotypes. *Journal of Personality and Social Psychology*, 70, s. 1125-1141.

Sherman L.W., Berk R.A. (1984). The specific deterrent effects of arrest for domestic assault. *American Sociological Review*, 49, s. 261-272.

Sherman R.T., Anderson C. (1987). Decreasing premature termination from psychotherapy. *Journal of Social and Clinical Psychology*, 5, s. 298-312.

- Sherman S.J. (1980). On the the self-erasing nature of errors of prediction. *Journal of Personality and Social Psychology*, 39, s. 211-221.
- Sherman S.J., Skov R.B., Hervitz E.F, Stock C.B. (1981). The effects of explaining hypothetical future events: From possibility to probability to actuality and beyond. *Journal of Experimental Social Psychology*, 17, s. 142-158.
- Shotland R.L., Straw M. (1976). Bystander response to an assault: When a man attacks a woman. *Journal of Personality and Social Psychology*, 34, s. 990-999.
- Shrauger J.S., Schoeneman T.J. (1979). Symbolic interactionist view of self-concept: Through the looking-glass darkly. *Psychological Bulletin*, 86, s. 549-573.
- Sia T.L., Lord C.G., Blessum K.A., Ratcliff CD., Lepper M.R. (1997). Is rose always a rose? The role of social category exemplar change in attitude stability and attitude-behavior consistency. *Journal of Personality and Social Psychology*, 72, s. 501-514.
- Siemieńska R. (red.), (1997). *Portrety kobiet i mężczyzn w środkach masowego przekazu oraz podręcznikach szkolnych*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe „Scholar”.
- Siemieńska R. (2000). *Nie mogą, nie chcą czy nie potrafią? O postawach i uczestnictwie politycznym kobiet w Polsce*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe „Scholar”.
- Sigall J., Aronson E. (1969). Liking for an evaluator as a function of her physical attractiveness and nature of evaluations. *Journal of Experimental Social Psychology*, 5, s. 93-100.
- Silverman I, Eals M. (1992). Sex differences in spatial abilities: Evolutionary theory and data, w: J.H. Barków, L. Cosmides, J. Tooby (red.), *The Adapted Mind* (s. 533-549). New York: Oxford University Press.
- Singer J.L., Singer D.G. (1981). *Television, Imagination and Aggression: A Study of Preschoolers*. Hillsdale: Erlbaum.
- Singh D. (1993). Adaptive significance of waist-to-hip ratio and female physical attractiveness. *Journal of Personality and Social Psychology*, 65, s. 293-307.
- Sistrunk F., McDavid J.W. (1971). Sex variable in conforming behavior. *Journal of Personality and Social Psychology*, 17, s. 200-207.
- Skarżyńska K. (2001). Wpływ telewizji na postawy i decyzje wyborcze oraz jej percepcja, w: M. Lewicka, J. Grzelak (red.), *Jednostka i społeczeństwo. Podejście psychologiczne* (s. 67-82). Gdańsk: Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne.
- Skład M., Wieczorkowska G. (2001). Sztuka układania ankiet ewaluacyjnych, w: M. Lewicka, J. Grzelak (red.), *Jednostka i społeczeństwo. Podejście psychologiczne* (s. 249-266). Gdańsk: Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne.
- Skowronski J.J., Carlston D.E. (1987). Social judgment and social memory: The role of cue diagnosticity in negativity, positivity, and extremity biases. *Journal of Personality and Social Psychology*, 52, s. 689-699.
- Smith G.H., Engel R. (1968). Influence of a female model on perceived characteristics of an automobile. *Proceedings of the 76th Annual Convention of the APA*, 3, s. 681-682.
- Smith M.B., Bruner J.S., White R.W. (1956). *Opinions and Personality*. New York: Wiley.

Smith M.S., Kish B.J., Crawford C.B. (1987). Inheritance of wealth as human kin investment. *Ethology and Sociobiology*, 8, s. 171-182. Snyder C.R., Fromkin H.L. (1980). *Uniqueness. The Human Pursuit of Difference*. New York: Plenum Press. Snyder M. (1974). Self-monitoring of expressive behavior. *Journal of Personality and Social Psychology*, 30, s. 526-537. Snyder M. (1987). *Public Appearances/Private Realities: The Psychology of Self-monitoring*. New York: W.H. Freeman. Snyder M., Gangestad S. (1982). Choosing social situations: Two investigations of self-monitoring processes. *Journal of Personality and Social Psychology*, 43, s. 123-135. Snyder M., Kendzierski D. (1982) Acting on one's attitudes: Procedures for linking attitude and behavior. *Journal of Experimental Social Psychology*, 18, s. 165-183. Solomon S., Greenberg J., Pyszczynski T. (1991). A terror management theory of social behavior: The psychological functions of self-esteem and cultural world-views. *Advances in Experimental Social Psychology*, 24, s. 91-159. Srull T.K. (1981). Person memory: Some tests of associative storage and retrieval models. *Journal of Experimental Psychology: Human Learning and Memory*, 7, s. 440-463. Staats CK., Staats A.W. (1958). Meaning established by classical conditioning. *Journal of Experimental Psychology*, 54, s. 74-80. Stangor C, McMillan D. (1992). Memory for expectancy-congruent and expectancy-incongruent information: A review of the social and social developmental literatures. *Psychological Bulletin*, 111, s. 42-61. Stasser G. (1992). Pooling of unshared information during group discussion, w: S. Worchel, W. Wood, J. Simpson (red.), *Group Processes and Productivity* (s. 48-57). Newbury Park, CA: Sage. Stasser G., Taylor L.A., Hanna C. (1989). Information sampling in structured and unstructured discussions of three- and six-person groups. *Journal of Personality and Social Psychology*, 57, s. 67-78. Steele CM. (1975). Name calling and compliance. *Journal of Personality and Social Psychology*, 31, s. 361-369. Steele CM. (1988). The psychology of self-affirmation: Sustaining the integrity of the self. *Advances in Experimental Social Psychology*, 21, s. 261-302. Steele CM. (1997). A threat in the air. How stereotypes shape intellectual identity and performance. *American Psychologist*, 52, s. 613-629. Steele CM., Josephs R.A. (1990). Alcohol myopia: Its prized and dangerous effects. *American Psychologist*, 45, s. 921-933. Steele CM., Liu T.J. (1983). Dissonance processes as self-affirmation. *Journal of Personality and Social Psychology*, 45, s. 5-19. Steiner I. (1972). *Group Processes and Productivity*. New York: Academic Press. Stephan W.G., Stephan C.W. (1999). *Wywieranie wpływu przez grupy. Psychologia relacji* (przekł. M. Kacmajor). Gdańsk: Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne. Sternberg RJ. (1986). A triangular theory of love. *Psychological Review*, 93, s. 119-135.

- Stewart J.E., II (1980). Defendant's attractiveness as a factor in the outcome of criminal trials: An observational study. *Journal of Applied Social Psychology*, 10, s. 348-361.
- Stier D.S., Hali J.A. (1984). Gender differences in touch: An empirical and theoretical review. *Journal of Personality and Social Psychology*, 47, s. 440-459.
- Stogdill R.M. (1948). Personal factors associated with leadership: A survey of the literature. *Journal of Psychology*, 25, s. 35-71.
- Stoner J.A.F. (1968). Risky and cautious shifts in group decisions: The influence of widely held values. *Journal of Experimental Social Psychology*, 4, s. 442-459.
- Storms M.D. (1973). Videotape and the attribution process: Reversing actors' and observers' points of view. *Journal of Personality and Social Psychology*, 27, s. 165-175.
- Storms M.D., Thomas G.C. (1977). Reactions to physical closeness. *Journal of Personality and Social Psychology*, 35, s. 412-418.
- Strack F., Mussweiler T. (1997). Explaining the enigmatic anchoring effect: Mechanism of selective accessibility. *Journal of Personality and Social Psychology*, 73, s. 437-446.
- Strack F., Schwarz N., Gschneidinger E. (1985). Happiness and reminiscing: The role of time perspective, mood, and mode of thinking. *Journal of Personality and Social Psychology*, 49, s. 1460-1469.
- Strelau J. (2000). Osobowość jako zespół cech, w: J. Strelau (red.), *Psychologia. Podręcznik akademicki* (t. 2, s. 525-560). Gdańsk: Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne.
- Stroebe W., Diehl M. (1994). Why groups are less effective than their members: On productivity losses in idea-generating groups, w: W. Stroebe, M. Hewstone (red.), *European Review of Social Psychology* (t. 5, s. 271-303). London: Wiley.
- Stroebe W., Jonas K. (1996). Principles of attitude formation and strategies of change, w: M. Hewstone, W. Stroebe, G.M. Stephenson (red.), *Introduction to Social Psychology: A European Perspective* (wyd. 2, s. 240-275). Oxford: Blackwell.
- Strube M.J., Garcia J.E. (1981). A meta-analytic investigation of Fiedler's contingency model of leadership effectiveness. *Psychological Bulletin*, 90, s. 307-321.
- Strykowska M. (1992). *Psychologiczne mechanizmy zawodowego funkcjonowania kobiet*. Poznań: Wydawnictwo Naukowe UAM.
- Strzeszewski M. (2000a). Polska a świat, w: K. Zagórski, M. Strzeszewski (red.), *Nowa rzeczywistość. Oceny i opinie 1989-1999* (s. 203-212). Warszawa: Wydawnictwo Akademickie DIALOG.
- Strzeszewski M. (2000b). Poczucie zagrożenia przestępczością i stosunek do prawa, w: K. Zagórski, M. Strzeszewski (red.), *Nowa rzeczywistość. Oceny i opinie 1989-1999* (s. 195-202). Warszawa: Wydawnictwo Akademickie DIALOG.
- Swann W.B., Jr (1990). To be adored or to be known? The interplay of self-enhancement and self-verification, w: E.T. Higgins, R.M. Sorrentino (red.), *Handbook of Motivation and Cognition: Foundations of Social Behavior* (t. 2, 408-448). New York: Guilford Press.
- Swann W.B., Jr, Hixon J., Stein-Seroussi A., Gilbert D.T. (1990). The fleeting gleam of praise: Cognitive processes underlying behavioral reactions to self-relevant feedback. *Journal of Personality and Social Psychology*, 59, s. 17-26.

- Symons C.S., Johnson B.T. (1997). The self-reference effect in memory: A meta-analysis. *Psychological Bulletin*, 121, s. 371-394.
- Symons D. (1979). *The Evolution of Human Sexuality*. New York: Oxford University Press.
- Szmajke A. (1995). Popularność w grupie a styl autoprezentacji. *Psychologia Wychowawcza*, 5, s. 385-393.
- Szmajke A. (1999). *Autoprezentacja. Maski, pozy, miny*. Olsztyn: Ursa Consulting.
- Szustrowa T. (1972). Zdolność do działania na rzecz celów pozaosobistych a niektóre właściwości rodzinnego treningu wychowawczego. *Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Warszawskiego*, 1.
- Szynkiewicz E. (2001). *Obiektywne i subiektywne predyktory różnych aspektów satysfakcji z pracy*. Niepublikowana praca doktorska. Gdańsk: Uniwersytet Gdański.
- Tajfel H. (1969). Cognitive aspects of prejudice. *Journal of Social Issues*, 25, s. 79-97.
- Tajfel H. (1981). *Human Groups and Social Categories*. Cambridge, England: Cambridge University Press.
- Tajfel H., Turner J.C. (1986). The social identity theory of intergroup behavior, w: S. Worchel, W.G. Austin (red.), *Psychology of Intergroup Relations* (wyd. 2, s. 7-24). Chicago: Nelson Hali.
- Tanford S., Penrod S. (1984). Social influence model: A formal integration of research on majority and minority influence process. *Psychological Bulletin*, 95, s. 189-225.
- Tangney J.P., Wagner P.E., Hill-Barrow D., Marschall D.E., Gramzow R. (1996). Relation of shame and guilt to constructive versus destructive responses to anger across the lifespan. *Journal of Personality and Social Psychology*, 70, s. 797-809.
- Tannen D. (1999). *Ty nic nie rozumiesz! Kobieta i mężczyzna w rozmowie* (przekł. A. Sylwanowicz). Poznań: Zysk i S-ka.
- Taylor S.E., Brown J.D. (1988). Positive illusions and well-being. A social-psychological perspective on mental health. *Psychological Bulletin*, 103, s. 193-210.
- Taylor S.E., Fiske S.T. (1978). Salience, attention and attribution: Top of the head phenomena. *Advances in Experimental Social Psychology*, 11, s. 249-288.
- Taylor S.E., Neter E., Wayment H.A. (1995). Self-evaluation processes. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 21, s. 1278-1287.
- Taylor S.E., Peplau L.A., Sears D.O. (2000). *Social Psychology* (wyd. 10). Upper Saddle River, N.J.: Prentice Hall.
- Teger A.J. (1980). *Too Much Invested to Quit*. New York: Pergamon Press.
- Tesser A. (1980). Self-esteem maintenance in family dynamics. *Journal of Personality and Social Psychology*, 39, s. 77-91.
- Tesser A. (1988). Toward a self-evaluation maintenance model of social behavior. *Advances in Experimental Social Psychology*, 21, s. 181-227.
- Tesser A. (2001). Self-esteem, w: A. Tesser, N. Schwarz (red.), *Blackwell Handbook of Social Psychology: Intraindividual Processes* (s. 479-498). Oxford: Blackwell Publishers.
- Tesser A., Campbell J., Smith M. (1984). Friendship choice and performance: Self-evaluation maintenance in children. *Journal of Personality and Social Psychology*, 46, s. 561-574.

Tesser A., Crepaz N., Collins J.C., Cornell D., Beach S.R. (2000). Confluence of self-esteem regulation mechanisms: On integrating the self-zoo. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 26, s. 1476-1489. Tesser A., Paulhus D. (1983). The definition of self: Private and public self evaluation maintenance strategies. *Journal of Personality and Social Psychology*, 44, s. 672-682. Tesser A., Shaffer D.R. (1990). Attitudes and attitude change. *Annual Review of Psychology*, 41, s. 479-523. Tetlock P.E., Peterson R.E., McGuire C, Chang S., Feld P. (1992). Assessing political group dynamics: A test of the groupthink model. *Journal of Personality and Social Psychology*, 63, s. 403-425. Thibaut J.W., Strickland L.H. (1956). Psychological set and social conformity. *Journal of Personality*, 25, s. 115-129. Thomas J.R., French K.E. (1985). Gender differences across age in motor performance: A meta-analysis. *Psychological Bulletin*, 98, s. 260-282. Thompson W.C., Cowan CL., Rosenhan D.L. (1980). Focus of attention mediates the impact of negative affect on altruism. *Journal of Personality and Social Psychology*, 38, s. 291-300. Tice D.M. (1992). Self-concept change and self-presentation: The looking glass self is also a magnifying glass. *Journal of Personality and Social Psychology*, 63, s. 435-451. Tooby J., DeVore I. (1987). The reconstruction of hominid behavioral evolution through strategic modeling, w: W.G. Kinzey (red.), *The Evolution of Human Behavior* (s. 183-237). New York: SUNY Press. Triandis H.C. (1989). The self and social behavior in differing cultural contexts. *Psychological Review*, 96, s. 506-520. Trivers R.L. (1971). The evolution of reciprocal altruism. *Quarterly Review of Biology*, 46, s. 35-37. Trivers R.L. (1972). Parental investment and sexual selection, w: B. Campbell (red.), *Sexual Selection and the Descent of Man: 1871-1971* (s. 136-179). Chicago: Aldine. Trope Y. (1986a). Identification and inferential processes in dispositional attribution. *Psychological Review*, 93, s. 239-257. Trope Y. (1986b). Self-enhancement and self-assessment in achievement behavior, w: R.M. Sorrentino, E.T. Higgins (red.), *Handbook of Motivation and Cognition: Foundations of Social Behavior* (t. 1, s. 350-378). New York: Guilford Press. Trzebińska E. (1998). *Dwa wizerunki własnej osoby: kliniczne i empiryczne studia nad tożsamością*. Warszawa: Wydawnictwo Instytutu Psychologii PAN. Trzebiński J. (1981). *Twórczość a struktura pojęć*. Warszawa: Państwowe Wydawnictwo Naukowe. Trzebiński J. (1985). Rola schematów poznawczych w zachowaniach społecznych, w: J. Trzebiński, M. Lewicka (red.), *Psychologia spostrzegania społecznego*. Warszawa: Książka i Wiedza. Turner M.E., Pratkanis A.R., Probasco P., Leve C. (1992). Threat, cohesion, and group effectiveness: Testing a social identity maintenance perspective on group-think. *Journal of Personality and Social Psychology*, 63, s. 781-796.

Tversky A., Kahneman D. (1973). Availability: A heuristic for judging frequency and probability. *Cognitive Psychology*, 5, s. 207-232. Tversky A., Kahneman D. (1974). Judgment under uncertainty: Heuristics and biases. *Science*, 185, s. 1124-1131. Twenge J.M. (2000). The age of anxiety? Birth cohort change in anxiety and neuroticism, 1952-1993. *Journal of Personality and Social Psychology*, 79, s. 1007-1021. Twenge J.M. (2001). Changes in women's assertiveness in response to status and roles: A cross-temporal meta-analysis, 1931-1993. *Journal of Personality and Social Psychology*, 81, s. 133-145. Tyszka T. (1998). Jasne strony rywalizacji. *Przegląd Psychologiczny*, 41, s. 201-212. Tyszka T. (1999). *Psychologiczne pułapki oceniania i podejmowania decyzji*. Gdańsk: Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne. Tziner A., Eden D. (1985). Effects of crew competition on crew performance: Does the whole equal the sum of its parts? *Journal of Applied Psychology*, 70, s. 85-93.

Vallacher R., Nowak A. (red.), (1993). *Dynamical Systems in Social Psychology*. New York: Academic Press. van Knippenberg A., Dijksterhuis A. (2000). Social categorization and stereotyping: A functional perspective, w: W. Stroebe, M. Hewstone (red.), *European Review of Social Psychology* (t. 11, s. 105-144). Chichester: Wiley. Vohs K. D., Heatherton T.F. (2000). Self-regulatory failure: A resource depletion approach. *Psychological Science*, 11, s. 249-254. Voyer D., Voyer S., Bryden N.P. (1995). Magnitude of sex differences in spatial abilities: A meta-analysis and consideration of critical variables. *Psychological Bulletin*, 117, s. 250-270.

Walster E., Aronson E., Abrahams D. (1966). On increasing the persuasiveness of a low prestige communicator. *Journal of Experimental Social Psychology*, 2, s. 325-342. Walster E., Festinger L. (1962). The effectiveness of "overheard" persuasive Communications. *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 65, s. 395-402. Walters R.H., Brown M. (1963). Studies of reinforcement of aggression: III. Transfer of responses to an interpersonal situation. *Child Development*, 34, s. 563-571. Waters E., Merrick S.K., Albersheim L.J., Treboux D. (1995). *Attachment Security from Infancy to Early Adulthood: A 20-year Longitudinal Study*. Wystąpienie na odbywającym się co dwa lata sympozjum Society for Research in Child Development, Indianapolis, IN, USA. Weary G., Williams J.P. (1990). Depressive self-presentation: Beyond self-handicapping. *Journal of Personality and Social Psychology*, 58, s. 892-898. Wegner D.M. (1994). Ironie processes of mental control. *Psychological Review*, 101, s. 34-52.

Weigl B. (1999). *Stereotypy i uprzedzenia etniczne u dzieci i młodzieży*. Warszawa: Wydawnictwo Instytutu Psychologii PAN. Weigl B., Maliszewicz B. (1998). *Inni to także my. Program edukacji wielokulturowej w szkole podstawowej*. Gdańsk: Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne. Weiner B. (1979). A theory of motivation for some classroom experiences. *Journal of Educational Psychology*, 71, s. 3-25. Weiner B. (1986). *An Attributional Theory of Motivation and Emotion*. New York: Springer Verlag. Weinstein N.D. (1980). Unrealistic optimism about future life events. *Journal of Personality and Social Psychology*, 39, s. 806-820. Whatley M.A. (1996). Victim characteristics influencing attributions of responsibility to rape victims: A meta-analysis. *Aggression and Violent Behavior*, 1, s. 81-95. Wicker A.W. (1969). Attitudes versus actions: The relationship of verbal and overt behavioral responses to attitude objects. *Journal of Social Issues*, 25, s. 41-78. Wicklund R.A. (1975). Objective self-awareness. *Advances in Experimental Social Psychology*, 9, s. 233-275. Wieczorkowska G., Burnstein E. (1999). Adapting to the transition from socialism to capitalism in Poland: The role of screening strategies in social change. *Psychological Science*, 10, s. 98-105. Wieczorkowska G., Burnstein E. (2000). Monitoring adaptation to social change: Research at the Institute for Social Studies, w: J.A. Bargh, D.K. Apsley (red.), *Unraveling the Complexities of Social Life* (s. 155-172). Washington, DC: American Psychological Association. Wieczorkowska-Nejtardt G. (1997). Czy kobiety czują się gorsze od mężczyzn w matematyce?, w: R. Siemienińska (red.), *Portrety kobiet i mężczyzn w środkach masowego przekazu oraz podręcznikach szkolnych* (s. 165-182). Warszawa: Wydawnictwo Naukowe „Scholar”. Wieczorkowska-Nejtardt G. (1998). *Inteligencja motywacyjna: skuteczne strategie wyboru celu i sposobu działania*. Warszawa: Wydawnictwo Instytutu Studiów Społecznych UW. Wilder D.A. (1977). Perception of groups, size of opposition, and social influence. *Journal of Experimental Social Psychology*, 13, s. 253-268. Wilke H., van Knippenberg A. (1996). Group performance, w: M. Hewstone, W. Stroebe, G.M. Stephenson (red.), *Introduction to Social Psychology: A European Perspective* (wyd. 2, s. 315-349). Oxford: Blackwell. Williams J.E., Best D.L. (1990). *Measuring Sex Stereotypes: A Multination Study* (wyd. 2). Newbury Park, CA: Sage. Wills T.A. (1991). Similarity and self-esteem in downward comparison, w: J.M. Suls, T.A. Wills (red.), *Social Comparison: Contemporary Theory and Research* (s. 51-78). Hillsdale, N.J.: Erlbaum. Wills T.A. (1992). The helping process in the context of personal relationships, w: S. Spacapan, S. Oskamp (red.), *Helping and Being Helped in the Real World* (s. 17-48). Newbury Park, CA: Sage.

Wilson K., Gollaois C. (1993). *Assertion and Its Social Context*. New York: Pergamon Press. Wilson T.D., Capitan J.A. (1982). Effects of script availability on social behavior.

Personality and Social Psychology Bulletin, 8, s. 11-20. Winkielman P., Knauper B., Schwarz N. (1998). Looking back at anger: Reference periods change the interpretation of (emotion) frequency questions. *Journal of Personality and Social Psychology*, 75, s. 719-728. Wittenbaum G.M., Hubbell A.P., Zuckerman C. (1999). Mutual enhancement: Toward understanding of the collective preference for shared information. *Journal of Personality and Social Psychology*, 77, s. 967-978. Wojciszke B. (1980). Zależność spostrzegania interpersonalnego od postawy wobec religii osoby spostrzegającej i spostrzeganej. *Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Gdańskiego, Psychologia*, 3, s. 29-16. Wojciszke B. (1984). Skala Pragmatyzmu - treść i charakterystyka psychometryczna. *Przegląd Psychologiczny*, 27, s. 717-735.

Wojciszke B. (1986a). *Teoria schematów społecznych*. Wrocław: Ossolineum.

Wojciszke B. (1986b). *Struktura ja, wartości osobiste i zachowanie*. Wrocław: Ossolineum.

Wojciszke B. (1991). *Procesy oceniania ludzi*. Poznań: Wydawnictwo Nakom.

Wojciszke B. (1993). *Psychologia miłości*. Gdańsk: Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne.

Wojciszke B. (1994a). Multiple meanings of behavior: Construing actions in terms of competence or morality. *Journal of Personality and Social Psychology*, 67, s. 222-232.

Wojciszke B. (1994b). Inferring interpersonal attitudes: Hypotheses and the information-gathering process. *European Journal of Social Psychology*, 24, s. 383-401.

Wojciszke B. (1995). Mierzenie miłości - skale namiętności, intymności i zobowiązania. *Przegląd Psychologiczny*, 38, s. 215-234.

Wojciszke B. (1997a). Emocje związane z moralną i sprawnościową interpretacją zachowań własnych i cudzych. *Przegląd Psychologiczny*, 40, s. 137-156.

Wojciszke B. (1997b). Parallels between competence-versus morality-related traits and individualistic versus collectivistic values. *European Journal of Social Psychology*, 27, s. 245-256.

Wojciszke B. (1999). Grzech czy porażka? Moralne i sprawnościowe kategorie w potocznym rozumieniu świata społecznego, w: B. Wojciszke, M. Jarymowicz (red.), *Psychologia rozumienia zjawisk społecznych* (s. 34-51). Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.

Wojciszke B. (2000). Postawy i ich zmiana, w: J. Strelau (red.), *Psychologia. Podręcznik akademicki* (t. 3, s. 79-106). Gdańsk: Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne.

Wojciszke B. (2001). The consequences of being an influential minority on social controversies in the Polish emerging democracy, w: W. Wosinska, R.B. Cialdini, J. Reyskowski, D.W. Barrett (red.), *The Practice of Social Influence in Multiple Cultures* (s. 173-188). Mahwah, N.J.: Lawrence Erlbaum.

- Wojciszke B. (2002a). From the first sight to the last drop: A six-stage model of the dynamics of love. *Polish Psychological Bulletin*, w druku.
- Wojciszke B. (2002b). Kwestionariusz Stylów Autoprezentacji: narzędzie do pomiaru autopromocji i autodeprecjacji. *Psychologia Jakości Życia*, 1, w druku.
- Wojciszke B., Baryła W. (2001a). Kultura narzekania i jej psychologiczne konsekwencje, w: J. Bralczyk, K. Mosiołek-Kłosińska (red.), *Zmiany w publicznych zwyczajach językowych* (s. 45-64). Warszawa: Rada Języka Polskiego przy Prezydium PAN.
- Wojciszke B., Baryła W. (2001b). Zróżnicowanie reakcji kobiet i mężczyzn na dwa rodzaje zdrady. *Kolokwia Psychologiczne*, 9, s. 89-114.
- Wojciszke B., Baryła W., Downar A. (2002). Lepiej być piękną, lecz bogatym: preferencje mężczyzn i kobiet związane z wyborem partnera w świetle analiz ogłoszeń matrymonialnych. *Czasopismo Psychologiczne*, w druku.
- Wojciszke B., Bazińska R., Jaworski M. (1998). On the dominance of moral categories in impression formation. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 12, s. 1245-1257.
- Wojciszke B., Brycz H., Borkenau P. (1993). Effects of information content and evaluative extremity on positivity and negativity biases. *Journal of Personality and Social Psychology*, 64, s. 327-336.
- Wojciszke B., Grzelak J. (1995). Poczucie krzywdy Polaków: wzorce przeżywania, determinanty i konsekwencje, w: A. Biela, J. Brzeziński, T. Marek (red.), *Spoleczne, eksperymentalne i metodologiczne konteksty procesów poznawczych człowieka* (s. 31-57). Poznań: Wydawnictwo Fundacji Humaniora.
- Wojciszke B., Pieńkowski R., Maroszek A., Brycz H., Ratajczak M. (1993). Lay inferences of personality traits: The role of behavior prototypicality and between-trait differences. *European Journal of Social Psychology*, 23, s. 255-272.
- Wojciszke B., Szykiewicz M. (2002). Miary satysfakcji z pracy i innych aspektów klimatu organizacyjnego. *Przegląd Psychologiczny*, w druku.
- Wood W., Chaiken A.H. (1981). Stages in the analysis of persuasive messages: The role of causal attributions and message comprehension. *Journal of Personality and Social Psychology*, 40, s. 246-259.
- Wood W., Lundgren S., Ouellette J.A., Busceme S., Blackstone T. (1994). Minority influence: A meta-analytical review of social influence processes. *Psychological Bulletin*, 115, s. 323-345.
- Wood W., Wong F.Y., Chachere J.G. (1991). Effects of media violence on viewers aggression in unconstrained social interaction. *Psychological Bulletin*, 109, s. 371-383.
- Worchel P., McCromick B. (1963). Self-concept and dissonance-reduction. *Journal of Personality*, 31, s. 588-599.
- Worchel S., Arnold S., Baker M. (1975). The effects of censorship on attitude change: The influence of censor and communication characteristics. *Journal of Applied Social Psychology*, 5, s. 227-239.
- Worchel S., Cooper J. (1983). *Understanding Social Psychology* (wyd. 3). Homewood, IL: Dorsey Press.

Worchel S., Lee J., Adewole A. (1975). Effects of supply and demand on ratings of object value. *Journal of Personality and Social Psychology*, 32, s. 906-914.
Wyer R.S., Jr (1974). *Cognitive Organization and Change*. Potomac: Erlbaum.

Yakimovitch D., Satz E. (1971). Helping behavior: The cry for help. *Psychonomic Science*, 23, s. 427-428.

Zaccaro S.J., Foti R., Kenny D.A. (1991). Self-monitoring and trait-based variance in leadership: An investigation of leader flexibility across multiple group situations. *Journal of Applied Psychology*, 76, s. 308-315.
Zadny J., Gerard H.B. (1974). Attributed intentions and informational selectivity.

Journal of Experimental Social Psychology, 10, s. 34-52.
Zajonc E.B., Heingartner A., Herman E.M. (1969). Social enhancement and impairment of performance in the cockroach. *Journal of Personality and Social Psychology*, 13, s. 83-92.

Zajonc R.B. (1965). Social facilitation. *Science*, 149, s. 269-274.
Zajonc R.B. (1968). Attitudinal effects of mere exposure. *Journal of Personality and Social Psychology Monographs*, 9, s. 1-28.
Zajonc R.B. (1985). Uczucia a myślenie: nie trzeba się domyślać, by wiedzieć, co się woli. *Przegląd Psychologiczny*, 28, s. 27-72.

Zajonc R.B., Adelman P.K., Murphy S.T., Niedenthal P.M. (1987). Convergence in the physical appearance of spouses. *Motivation and Emotion*, 4, s. 335-346.

Zanna M.P., Kiesler C.A., Pilkonis P.A. (1970). Positive and negative attitudinal affect established by classical conditioning. *Journal of Personality and Social Psychology*, 14, s. 321-328.
Zillmann D. (1971). Excitation transfer in communication-mediated aggressive behavior.

Journal of Experimental Social Psychology, 7, s. 419-434.
Zillmann D. (1979). *Hostility and Aggression*. Hillsdale, N.J.: Erlbaum.
Zillmann D. (1983). Arousal and aggression, w: R.G. Geen, E. Donnerstein (red.),

Aggression: Theoretical and Empirical Reviews (t. 1, s. 215-240). New York: Academic Press.
Zillmann D. (1987). Cognition-excitation interdependencies in aggressive behavior.

Aggressive Behavior, 14, s. 51-64.
Zillmann D., Cantor J.R. (1976). Effect of timing of information about mitigating

circumstances on emotional responses to provocation and retaliatory behavior. *Journal of Experimental Social Psychology*, 12, s. 38-55.

Zillmann D., Cantor J.R. (1977). Affective responses to the emotions of a protagonist. *Journal of Experimental Social Psychology*, 13, s. 155-165.

Zuwerink J.R., Devine P.G. (1996). Attitude importance and resistance to persuasion: It's not just the thought that counts. *Journal of Personality and Social Psychology*, 70, s. 931-944.

INDEKS HASEŁ

aborcja - 108 adaptacja mężczyzn
- 450 adaptacyjne problemy - 445,
448 afiliacja - 376
- potrzeba a. - 423
Agape - 308
agregacja danych o zachowaniu - 202
agresja - 23, 27, 39, 72, 145, 149, 335,
345, 368, 434, 435, 453
- arbitralna - 350
- koncepcja hydrauliczna a. - 347
- przemieszczenie - 349
- sygnały wywoławcze a. - 350, 367,
371
- zmiana postaci a. - 349
agresywność - 451
akceptowanie - 411
akty seksualne - 292
aktywizacja - 66, 197
- norm - 323
- postawy - 206
- pozytywnych kategorii interpreta
cyjnych - 337
- prototypu - 127
- schematów cech - 66
- schematów osób - 66
aktywność seksualna - 439, 440
akulturacja - 442
alarmy fałszywe - 61
algorytm - 81
alkohol - 169, 244, 365
altruizm - 313, 330
Amway Corporation - 263
analiza
- danych archiwalnych - 39
- homogeniczności - 426
- nietożsamy efektów - 102
androcentryzm - 442
androgynia - 444
angina pectoris - 304
ankieta - 44
anoreksja (jadłowstręt) - 433
apatia - 350

aprobata - 102
- społeczna - 443
argumentacja
- jednostronność-dwustronność a.
- 227
- kolejność a. - 232
argumenty - 240
- przetwarzanie a, - 237
- silne - 240
- słabe - 240
asertywność - 25, 272, 287, 407, 431, 451
asymetria - 94
- atrybucji aktora i obserwatora - 106
- międzygrupowa a. językowa - 70
asymilacja - 90-92, 422
atrakcyjność
- fizyczna - 286, 292, 441
- interpersonalna - 278
- nadawcy - 224
atrybucja- 192, 223
- deformacja procesu a. - 105
- dwuetapowy model a. - 110
- podstawowy błąd a. - 103, 105, 111
- stałość a. - 101
- sukcesów, porażek - 423
- trój etapowy model a. - 111
- wewnętrzna - 101
- zewnętrzna - 101
aukcja - 266
autoafirmacja - 159
autokoncentracja - 144, 333, 365
automatyzm - 96, 112, 198, 297
autopercepcja - 192, 267
autoprezentacja - 143, 164, 420
- asertywno-zdobywcze techniki a.
- 166
- obronne taktyki a. - 166
- obronne techniki a. - 166
- strategiczna - 174
- taktyczna - 174
autopromocja - 171, 172
autoschemat - 137
autostereotyp - 436

- płci -431, 453

auto waloryzacja - 22, 107-109, 147-163, 201

- motyw a. - 74

autoweryfikacja - 421

badania

- eksperymentalne - eksploracyjne -46
- podłużne - 362
- podstawowe - 48
- stosowane - 48
- weryfikacyjne - 46

behawioryzm - 48

bezpieczeństwo - 26

bezrobocie - 405

bliskość - 327

bliźnięta jedno- i dwujajowe - 367

błąd

- fałszywej powszechności - 84
- nadużycia schematu - 64
- próby - 32

broń palna - 436

bulimia - 433

burza mózgów - 396

CBOS (Centrum Badania Opinii Społecznej) - 195, 329 cechy - 118

- prototypowa struktura c. - 59
- schematy c. - 59

cenzura - 240

choroba sieroca - 294

choroby psychiczne - 304

chromosom anomalia XYY - 367

chromosom Y - 367

darmowe próbki - 263

dehumanizacja ofiar - 364

depresja - 145 dialog-

271, 305 dobór naturalny

- 26 dobór płciowy - 446

dostępność - 255

- chroniczna - 67

doświadczenia osobiste - 205

dowód słuszności społeczny - 260

dwuznaczność - 21, 315

dylemat

- autentyczności - 171
- lizusa - 170
- skromności - 171
- więźnia - 150
- zróżnicowanej publiczności - 171

dymorfizm płciowy - 430

dyskryminacja - 68, 453

dysonans poddecyzyjny - 159

dysonans poznawczy - 39, 52, 122, 152, 159, 192, 197, 238, 292

dysraktor - 217 działanie

- intencjonalne - 102
- ksobnie interpretowane - 103

dziewictwo - 441, 448

dżu-dżitsu - 273

efekt

- asymilacji - 90
- aureoli - 287
- bumerangowy - 219
- bycia lepszym - 150
- cocktail-party - 137
- facylitacji społecznej - 388
- fałszywej powszechności - 108, 110, 143
- hamowania społecznego - 388
- interferencji Stroopa - 391
- jednorodności grupy obcej - 73
- kontrastu - 90
- naduzasadnienia - 134
- następnego w kolejce - 397
- negatywności - 123, 283
- odniesienia do ja - 137
- pierwszeństwa- 121, 232
- próżniactwa społecznego - 392
- przesypiania - 221
- Romea i Julii - 245
- sprężyny - 79
- sprzeczności - 64
- świeżości - 122, 232
- wyjaśniania - 86
- Wertera - 248
- zgodności - 64

ego totalitarne - 151

egocentryzm - 304
- atrybucyjny - 108
egoizm - 149, 320, 330
egotyzm atrybucyjny - 107, 151, 154
egzemplarz ostatni - 265 eksperyment - 30, 50, 51
- laboratoryjny - 34
- naturalny - 34, 362
eksplozja agresywna spontaniczna - 347
ekspozycja selektywna - 197 ekspresja emocjonalna - 452 eliminacja alternatywnych wyjaśnień - 33 emocje - 95, 300
- odwoływanie się do e. - 229
- pomaganie - 336, 337
- pozytywne - 229
- przeżywane - 181
- transfer pobudzenia - 22, 374
emocjonalność kobiet - 452
empatia - 304, 320, 336, 431
empatyzowanie - 317
Eros - 308
esencjalizm biologiczny - 443
estrogeny - 290 etnocentryzm - 68 etologia - 347

fachowość - 411
fakt ponadkulturowy - 448
fala w wojsku - 256
faworyzacja grupy własnej - 73
fiksacja - 350
frustracja - 72, 349, 352, 354
funkcjonowanie motoryczne - 430

genetyka behawioralna - 367
geny - 324
gniew - 149, 356, 359
- i agresja - 359
- i cierpienie - 356
gra o sumie zerowej - 71
grupa - 386
- eksperymentalna - 30
- kontrolna - 30, 366
- realność g. - 382
- społeczna - 164, 376
- własna - 335

gwałt - 346
- obwinianie ofiary g. - 346

heurystyka - 81, 94, 240, 385, 386
- dostępności - 81
- reprezentatywności - 87
- symulacji - 84
- zakotwiczenia/dostosowania - 82, 106
hipochondria - 168
hipoteza - 288
- kontaktu - 77
- przesunięcia pobudzenia - 360
- transformacji systemowej - 25
- ucieczki od negatywnych emocji - 360
hormon znamionujący przeżywanie stresu - 357 huśtawka emocjonalna - 29, 270

ideologia - 364
iloraz inteligencji dzieci - 132
informacje
- diagnostyczne - 152
- kategorialne - 117
- przetwarzanie automatyczne i. - 217
- przetwarzanie i. - 61
- przetwarzanie kontrolowane i. - 96, 209
- przetwarzanie tendencyjne i. - 197
- tendencyjna komunikacja i. podzielanych - 379
- wiarygodne - 152
ingracja - 170
inklinacja pozytywna - 123
inokulacja - 242
instynkt - 347
inteligencja - 59
- przestępcy - 367
intencja - 207
- czystości i. - 222
interakcje - 378
interakcjonizm symboliczny - 139
intymność - 295
izolacja - 261

ja-55, 136, 137, 181

- idealne - 138
- powinnościowe - 138
jasność samooceny - 148
jednomysłność - 249
jednostka poznawcza - 309
język opisu zachowań własnych i cudzych - 107

kampanie marketingowe - 229
kary-276, 331, 371
- nieuchronność k. - 372
- skuteczność korekcyjna k. - 372
- surowość k. - 372
katharsis - 369
kobiecość - 444
kompetencja - 435
- nadawcy - 219
komplement - 289
komplementarność potrzeb - 286
komunikacja niewerbalna - 433
koncepcja
- ewolucyjna - 453
- hydrauliczna - 347
- porównań społecznych - 401
konflikty - 304
- między rodzicami - 306
konformizm - 74, 416, 433
- wewnętrzny - 249
- zewnętrzny - 249, 384
kontakt z odbiorcami bezpośredni - 235
kontaktów częstość - 281 kontekst - 283
kontrast - 90-92, 422 kontrola - 79
- nad biegiem wydarzeń - 22
- paradoksalny efekt k. - 145
- poznawcza - 51, 355, 356, 359
- przyczyn porażki - 101
kontrolowane przetwarzanie informacji - 96, 112, 145, 209, 216, 385
kontrpropaganda - 228, 242 konwersja - 384 kooperacja - 338 koordynacja - 392
korelacyjne metody - 42 korespondencja (odpowiedniość) - 102 kortyzol - 357

koszty - 317
krótkowzroczność alkoholowa - 366
ksobność - 103
kultura - 442, 444
- honoru - 356
- indywidualistyczna- 106, 138
- kolektywistyczna- 106, 138
kwestionariusz
- obiektywny - 43
- rzetelny - 43
- trafny - 43

lęk - 163, 316, 375, 423, 430, 439
- przed oceną - 390
- przed śmiercią - 163
- przedegzaminacyjny - 167
- społeczny - 416
liczba
- argumentów - 227, 224
- nadawców - 233
lider - 436
- charyzmatyczny - 410
- transformacyjny - 410
listowanie myśli - 215
lojalność - 306
lubienie - 262, 293
Ludus - 308

makiawelizm - 172, 274
Mania - 308
manipulacja eksperymentalna - 30
mass media - 69, 81, 196, 432
masturbacja - 440
mediator - 36, 205
metaanaliza - 64, 117, 382-384, 392, 394, 396, 398, 406, 423
męskość - 444 miłość - 293
- przyjacielska - 305
- trójskładnikowa koncepcja m. - 295
mniejszość
- wiarygodna - 385
- wyrazista - 385
model - 284
- afektywno-wzmocnieniowy - 78
- gronowy zmian społecznych - 387
- kolektywnego wysiłku - 393

- pobudzenia-bilansu - 317, 330
- przywództwa zależnościowy - 409
- równoległego przetwarzania danych - 117
- szans rozpracowania przekazu - 216
- utrzymywania samooceny (MUS) - 156
- zwierzęcy - 48
- modelowanie - 247, 276, 330, 354, 364
- moderator - 35
- moderator (modyfikator) zgodności - 203, 209
- monitorowanie automatyczne - 145
- moralność - 123, 283
- mosty - 301
- motoryka - 445
- motywacja
 - egzocentryczna - 333
 - endocentryczna - 333
- myślenie
 - ewolucjonistyczne - 164
 - kontrafaktyczne - 85
- myślistwo - 445

- nacjonalizm - 68
- nadawca - 234
- naduzasadnienie zachowania - 193
- nagradzanie - 411
- nagroda - 278, 331, 352, 353, 371
- nagrody i kary - 355
- namiętność - 297
- narzekanie - 126
- nastrój - 95, 337
 - odbiorcy - 239
 - pomaganie - 336
- naśladownictwo - 364
- nawyk - 23
- negacja przywiązania - 294
- niedostępność - 245
- niejasność zadania - 250
- niepewność - 282
 - ojcostwa - 327
- nieufność - 295
- niewiedza wielu - 315
- niezmienniki ponadkulturowe - 452
- normy - 138, 318, 364, 435
 - grupowe - 377
- odpowiedzialności - 322, 331, 343
- odpowiedzialności społecznej - 169, 325
- opisowe - 321
- osobiste - 323
- powinnościowe - 321
- społeczne - 321, 323, 434
- wzajemności - 322
- zachowania - 206
- zakazujące agresji - 364
- Obserwacja - 38
 - systematyczna - 38
 - uczestnicząca - 38
- oczekiwania - 102, 108
 - obserwatora - 355
- odpowiedzialność - 316
- odrębność - 286
- odstępstwo konsekwentne - 383
- okazja ostatnia - 265
- opiekuńczość - 434, 435
- optymizm - 123
 - nierealistyczny - 163
- orientacja defensywna - 141
 - indywidualistyczna - 394
 - kolektywistyczna - 394
- owulacja - 447, 448
- oznakowanie afektywne - 288

- palenie tytoniu - 197
- pamięć - 236
 - generatywny charakter p. - 61
 - lokalizacji - 445
 - operacyjna - 445
 - robocza - 66, 76
 - selektywność p. - 60
 - zależność p. - 93
- panel - 154
- permissywność - 439
- perspektywa
 - ewolucjonistyczna - 26, 444-449
 - motywacyjna - 21
 - poznawcza - 20
 - społeczno-kulturowa - 24, 441-444
 - teorii uczenia się - 23
- perswazja - 401
 - dwuczynnikowy model p. - 213

- dwutorowość p. - 238
- odporność na p. - 244
- peryferyjny tor perswazji - 216
- placebo - 366
- pławienie się w cudzej chwale - 157, 172
- płeć (*sex*) - 418
 - zróżnicowanie p. - 423, 428
- pobudzenie - 301, 302, 351, 358-360, 368, 386, 392
 - emocjonalne - 317, 320, 352, 358, 374
 - przesunięcie p. - 360, 374
- pochlebstwa - 291
- poczucie
 - kontroli - 172
 - krzywdy - 125
 - winy - 336, 439
- podłoże genetyczne - 367
- podobieństwo - 285
 - nadawca-odbiorca - 224
- podświadomość - 236
- podwójny standard - 439
- podział pracy - 449, 451
- polaryzacja rodzaju - 442
- policjanci - 262
- pomaganie innym - 167, 434
- pomocność kobiet - 434, 435
- poprzedzanie (*priming*) - 97
- pornografia - 223
- porównania społeczne - 140, 151, 156, 397
- postawa - 159, 180, 278
 - behawioralne wypróbowanie nowej p. - 241
 - dostępna pamięciowo p. - 186
 - silna - 186, 237
 - zmiana - 214-244
 - zmiana bumerangowa - 224
- powszechność - 104
 - zachowania - 106
- pozycja społeczna - 377, 439, 441, 448
- praca - 405
- Pragma - 308
- prasa - 233
- prawo Hamiltona - 324
- prawo Yerkesa-Dodsona - 359, 386
- prawomocność - 411
- preferencje międzypłciowe - 446
- prestż społeczny - 438
- problem
 - adaptacyjny - 448
 - pewności ojcostwa - 447, 450
- procesy
 - automatyczne - 112, 145
 - kontrolowane - 112, 145, 385
- program działania - 59
- proroctwo samosprawdzające się - 366, 422, 443
- prospołeczność - 313, 330
- protest - 294
- prototypowość - 58
- prototypy - 176
 - kategorii - 151
 - schematów - 61
- provokacja - 356, 357, 359, 361, 369, 435
- próbki darmowe - 263
- próżniactwo społeczne - 416
- przekonania - 181, 185
- przełożony - 423
- przemoc - 361-363, 370, 372
- przepowiednie samospełniające się - 129, 132
- przeprosiny - 170
- przestępczość - 359, 365, 367
- przestępstwa w afekcie - 361
- przestrzeń semantyczna - 332
- przeszłość ewolucyjna - 291
- przetwarzanie
 - argumentacji - 237
 - automatyczne - 207, 385
 - heurystyczne - 216
 - systematyczne - 216
- przewidywalność - 302
- przymus - 411
- przysługa - 264, 291, 292
- przywiązanie - 294-297
- przywództwo - 403, 436
 - charyzmatyczne - 410
- psychoterapia - 258
- pułapka
 - punktowość-przedziałowość - 404
 - ukrytych kosztów - 267
 - utopionych kosztów - 257

- znikającej przynęty - 268
- radio - 233
- randomizacja - 34
- rasizm - 68
- reaktancja - 264, 291, 322, 341
- realność grupy - 382
- regresja - 350
- reguła
 - pomniejszania - 134
 - powiększania - 134
 - wzajemności - 263, 269, 285, 291
- rekategoryzacja - 78
- reklama porównawcza - 229
- relacje społeczne - 34, 334, 342
- replikacja - 46
- responsywność - 282
- rodzaj {gender} - 418, 442
- rola
 - kobiety i mężczyźni - 451
 - łagodzenia konfliktów społecznych - 434
 - pełniona - 451
 - społeczna - 103, 377, 451
- romantyczne początki - 302
- rozbieżność - 238
- rozpacz - 294
- rozpad - 307
- rozproszenie odpowiedzialności - 316, 401
- rozwód - 306, 449
- różnice ponadkulturowe - 441
- rytuały przejścia - 382
- rywalizacja - 266, 338, 446
- rzetelność - 41, 202
- Samokontrola - 144
 - zachowania obserwacyjna - 175
- samonagradzanie - 364
- samonaprawa - 153
- samoobwinianie - 346
- samoocena - 55, 159, 147, 172, 230
 - 236, 237, 284, 287, 289, 339, 403, 431, 433, 452
- samopotępienie - 364
- samopoznanie - 152
- samoświadomość przedmiotowa - 153
- samouprzedmiotowanie - 433
- samoutrudnianie - 166
- satisfakcja - 292
- schemat poznawczy - 57
- seksizm - 68
- sędziowie kompetentni - 41
- sieć skojarzeniowa - 93
- siła argumentacji - 225
- skale szacunkowe - 44
- skalowanie wielowymiarowe - 114
- skrypt - 58, 65, 174, 204, 296
- skuteczność oczekiwana - 276
- smutek - 336
- socjalizacja - 66, 178, 442, 443
- socjometr - 164
- sondaż - 44, 329
- specjaliści
 - społeczno-emocjonalni - 378
 - zadaniowi - 378
- spirala
 - przemocy - 370
 - wzajemnego przymusu - 373
- społeczeństwa
 - indywidualistyczne - 322
 - kolektywistyczne - 322
 - zbieracko-łowicze - 445
- spostrzeganie samego siebie - 257
- spójność - 104, 381, 402
 - grupy - 382, 394
- sprawiedliwość - 346
- sprawność - 124, 283
 - działania - 360
- stałość w czasie - 149
- status
 - społeczny - 22, 25, 78
 - solisty - 89
 - w grupie - 381
- statystyka - 425
- stereotyp - 68, 117, 118, 132, 133, 287, 442
 - autostereotyp - 431, 435, 453
 - behawioralne potwierdzanie s. - 422
 - groźba s. - 421
 - interpersonalne konsekwencje s. - 420
 - intrapersonalne konsekwencje s. - 420
 - płci - 418, 424
 - spiskowy - 69
- stereotypizacja oponentów - 403
- Storge - 308
- stosowalność - 68
- strach - 229, 301, 366
- strategia
 - autopromocji - 421
 - diagnostyczności - 129
 - konfirmacji - 129
 - przedziałowa - 404, 405
 - punktowa - 404, 405
- straty - 21
- stres - 86, 304, 366, 386
- struktura
 - ja - 136, 332
 - społeczna - 449, 452
 - zadania - 394, 398
- styl kierowania
 - autokratyczny - 409, 436
 - charyzmatyczny - 410, 413
 - demokratyczny - 409, 436
 - dyrektywny - 436
- styl przywiązania
 - bezpieczny - 294
 - nerwowo-ambiwalentny - 294
 - unikający - 294
- sukces reprodukcyjny - 291, 445, 446
- sumowanie - 121
- suplikacja - 168
- swoboda wyboru - 22, 209, 244
- sympatia - 278
- symulacja komputerowa - 386
- symulowanie
 - psychiki partnerów - 143
 - zdarzeń - 416
- syndrom
 - bezradności intelektualnej - 47
 - myślenia grupowego - 402
 - wojowniczej mniejszości - 109
- sytuacja
 - dezindywiduująca - 203
 - indywiduująca - 203
 - międzygrupowa minimalna - 73
 - skryptowa - 203
- szacunek - 278
- Śmiech z puszek - 261
- śmierć - 163

świadkowie - 434
światopoglądy - 163
świecenie
przykładem - 172

techniki wpływu społecznego

- „a to nie wszystko” - 270
- dialog - 271
- drzwiami w twarz - 269
- huśtawka emocjonalna - 29
- manipulacji społecznych - 266
- nieproszonych ustępstw - 269
- niskiej piłki - 268
- stopa w drzwiach - 267, 269

telewizja (TV) - 196, 233, 331, 362, 363

temperatura - 359

tendencyjność obserwatora - 40

teoria

- autopercepcji - 210
- altruizmu wzajemnego - 328
- atrybucji - 99, 134, 104
- doboru płciowego - 446
- dostosowania łącznego - 324
- dwutorowości perswazji - 222
- dysonansu poznawczego - 52
- działań przemyślonych - 206
- ewolucji - 26, 445
- frustracji-agresji - 349, 353
- instynktu - 345, 353
- kar i nagród - 320
- kategoryzacji społecznych - 72
- nakładów rodzicielskich - 446
- opanowywania trwogi - 163
- osobowości - 113
- popędu - 347
- przedmiotowej samoświadomości
- 144
- przeniesienia agresji - 72
- przesunięcia pobudzenia emocjonalnego - 301, 302, 317
- reaktancji - 244
- regulacyjna - 332
- równowagi - 280, 309
- rzeczywistego konfliktu interesów
- 71
- społecznego uczenia się - 276
- stanów oczekiwanych - 407
- strategii seksualnych - 446

- strukturalno-społeczna - 449	Wartości - 138, 178, 199, 224, 239	Zaangażowanie - 222, 226, 255, 269
- tożsamości społecznej - 74	- egoistyczne - 180, 184	- odbiorcy - 238
- uczenia się - 320, 345	- indywidualistyczne - 180	- w działanie - 381
- wniosków korespondentnych - 102	- napotykanym ludzi - 120	zabójstwo - 145, 358, 435, 453
- wpływu społecznego - 393	- prospołeczne - 180, 184	zaburzenia psychosomatyczne - 350
- wyuczonej bezradności - 47	- reprodukcyjne - 291, 448, 450	zachowanie
- zachowań planowych - 207	warunki eksperymentalne - 30	- celowe - 143
teorie potoczne - 59	warunkowanie	- pomocne - 313, 375
terapia implozywna - 259	- klasyczne - 23, 187	- wiążące - 292
testosteron - 290, 357	- sprawcze-23,163,188,191,276,352	- wieloznaczne - 59
centralny - 227	wcięcie w pasie - 290	zakochanie - 301
- perswazji - 216	wdzięczność - 339	zalety moralne - 283
towarzyskość - 431	węże - 259	zależności
tożsamość - 443	wiarygodność - 152	- pozorne - 45
- osobista - 140	- nadawcy - 238	- przypadkowe - 46
- społeczna - 140, 393, 403	wież społeczna - 22	zamrożenie decyzji - 54
trafienia - 62	wizja siebie	zaniedbanie - 306
trafność- 41, 202	- pragmatyczna - 175	zaprzeczanie - 230
- wewnętrzna - 33	- pryncypialna - 176	zasada
- zastosowanej manipulacji - 35	władza - 22, 403, 451	- domniemania - 302
- zewnętrzna - 33	wojna - 436	- pomniejszania - 111
transfer - 374	wpływ	- powiększenia - 111
- pobudzenia emocjonalnego - 22	- informacyjny - 249	zasoby materialne - 441, 448, 449, 451
typizacja rodzajowa - 444	- na badane zjawisko - 49	zastępowalność - 160
typy podstawowych relacji społecznych - 335	- normatywny - 249	zastraszanie - 173
tytuły - 254	- społeczny - 414	zaufanie - 302, 430
Ubranie - 254	wrażliwość - 430	zazdrość o seks - 448, 450
uczenie się przez	wsparcie społeczne - 304, 376	zdolności - 101
- konsekwencje - 276	współpraca - 78	- językowe - 429
- obserwacje - 23	współzależność - 78	- matematyczne - 425, 428
udawanie głupka - 169	- partnerów - 303	- przestrzenne - 428, 445
uleganie - 384	- społeczna - 408	zdrada
unikanie ryzyka w kontaktach interpersonalnych - 124	wstyd - 336	- emocjonalna - 450
uprzedzenie - 68	wybiórczość - 104	- partnerki - 440
usprawiedliwienie - 169	wybór - 259	
uśrednianie - 121	wyczerpanie woli - 145	
- ważne - 121	wyjście ze związku - 306	
uwaga-60, 107, 385, 390	wymagania ukryte - 187	
uwikłanie w dialog - 271	wymiana społeczna sprawiedliwa - 341	
uzależnienia - 145	wymówki - 169	
uzasadnienie	wyrazistość - 89, 225	
- niewystarczające - 52, 192	wysiłek - 101	
- własnego wysiłku - 256	wyzwalacze posłuszeństwa - 254	
	wzmocnienia (nagrody i kary) - 191, 193	
	Yanomamó - 449	

- seksualna - 448, 450

zgoda wymuszona - 53

zgodność

- pamięci z nastrojem - 93
- poznawcza - 280

zjawisko (patrz też —> efekt)

- niewdzięczności społecznej - 154
- obojętnego przechodnia - 315, 316
- polaryzacji grupowej - 400
- samej ekspozycji - 189, 281

złudzenia - 287

- mądrości - 86, 346
- pozytywne - 141

zmienna niezależna - 30

zmienna zależna - 30

zniewaga —> prowokacja

znaczenie

- deskryptywne - 120
- ewaluatywne - 120

zobowiązanie - 298

związki

- asocjacyjne (skojarzeniowe) - 113
- bliskie - 107, 256
- kompletne - 303
- oparte na wspólnocie - 333
- oparte na wymianie - 334
- puste - 307

zwierzanie się - 433

zyski - 21

Żebracy - 261

życie seksualne - 439

żywość - 233

INDEKS NAZWISK

- Abbey A. - 453, 478
 Abelson R.P. - 204, 478
 Abra J. - 338, 478
 Abrahams D. - 223, 521
 Adelman P.K. - 525
 Adewole A. - 264, 525
 Adler M. - 22
 Ainsworth M.D.S. - 294, 478
 Ajzen I. - 185, 202, 203, 206, 207, 478, 493, 494
 Albersheim L.J. - 521
 Aldag R.J. - 403, 478
 Alessis C. - 496
 Alick M.D. - 151, 478
 Allen M. - 437, 489
 Allen V.J. - 478
 Alliger G.M. - 406, 504
 Allison S.T. - 505
 Allport G.W. - 77, 478
 Amabile T.M. - 86, 513
 Amato P.R. - 306, 478
 Amolini P. - 485
 Anderson C.A. - 351, 360, 362, 368, 478, 484
 Anderson C.J. - 256, 515
 Anderson N.H. - 120, 121, 283, 287, 478
 Andreoli V. - 234, 479
 Anthony T. - 73, 479
 Apsley D.K. - 522
 Archer D. - 71, 479
 Arcuri L. - 70, 505
 Arendt H. - 252, 479
 Arnold S. - 241, 524
 Aron A.P. - 300, 301, 479, 490
 Aronoff J. - 434, 487
 Aronson E. - 49, 54, 56, 57, 78, 159, 191, 193, 196, 211, 213, 223, 226, 229, 236, 238, 245, 256, 280, 286, 289, 479, 495, 506, 507, 511, 516, 521
 Arystoteles - 369, 376
 Asch S.E. - 113, 122, 247, 249, 251, 479
 Ashmore R.D. - 491
 Asuncion G.T. - 505
 Austin W.G. - 519
 Averill J.R. - 300, 479
 Avolio B.J. - 410, 480
 Ayman R. - 480
 Back K. - 281, 493
 Bakan D. - 419, 479
 Baker M. - 241, 524
 Baker R.R. - 448, 479
 Baldwin M.W. - 210, 486
 Bales R.F. - 378, 379, 408, 409, 479, 480
 Bandura A. - 247, 276, 371, 350, 353-356, 372, 480
 Barclay L.C. - 149, 501
 Bargh J.A. - 66, 96, 198, 247, 285, 480, 486, 490, 508, 522
 Barrios M. - 479
 Barkow J.H. - 516
 Barnes R.D. - 331, 480
 Baron R.A. - 345, 360, 480
 Baron R.M. - 36, 480
 Baron R.S. - 389-391, 401, 480, 513, 514
 Barrett D.W. - 523
 Bartell P.A. - 487
 Bartkowska-Nowak D. - 485, 494, 505
 Bartlett F.C. - 57, 480
 Bartolow B.D. - 478
 Baryla W. - 16, 42, 41, 125, 126, 440, 448, 450, 451, 524
 Bass B.M. - 410, 480
 Bassett R. - 486
 Batson C.D. - 314, 320, 481, 488
 Baum A. - 480, 487
 Baumann D.J. - 337, 486, 505
 Baumeister R.F. - 136, 140, 145, 146, 163, 166, 370, 376, 481, 484, 506, 508
 Baumgardner M.H. - 511
 Bazińska R. - 16, 284, 524
 Beach S.R. - 190, 507, 520
 Beethoven L. van - 389
 Bellis M.A. - 448, 479
 Bem D.J. - 80, 140, 210, 481
 Bem S.L. - 442-444, 454, 481
 Benjamin A.J., Jr. - 478
 Bennett K.A. - 485
 Bensley L.S. - 245, 481
 Berent M.K. - 181, 241, 483
 Berglas S.C. - 166, 500
 Berk R.A. - 372, 515
 Berkel I. - 493
 Berkowitz L. - 322, 350-352, 481, 510
 Berry A. - 501
 Berscheid E. - 281, 287, 297, 300, 481, 489
 Bersoff D.M. - 322, 507
 Best D.L. - 418, 419, 522
 Bettencourt B.A. - 356, 358, 435, 437, 482
 Betz A.L. - 502
 Bickman L. - 254, 482
 Biela A. - 524
 Bielski T. - 507
 Biernat M. - 156, 422, 482
 Billings L.S. - 156, 482
 Bilsky W. - 178, 514
 Bjorkvist K. - 436, 482
 Black J.B. - 483
 Blackstone T. - 524
 Blanchard C.D. - 370, 482
 Blanchard R.J. - 370, 482
 Blandford D.H. - 187, 482
 Blanton H. - 162, 482
 Blascovich J. - 163, 402, 482, 492, 506
 Blehar M.C. - 478
 Bless H.M. - 90, 91, 95, 240, 482, 514
 Blessum K.A. - 516
 Block J. - 433, 482
 Bodenhausen G.V. - 76, 77, 79, 482, 505
 Bohner G. - 240, 482, 514
 Bolger N. - 304, 482
 Bond C.F., Jr. - 366, 388, 389, 390, 392, 397, 482, 498
 Boninger D.S. - 181, 241, 483
 Boothroyd P. - 300, 479
 Borden R.J. - 365, 483, 486
 Borgida E. - 106, 508
 Borkenau P. - 125, 483, 524
 Bornstein R.F. - 189, 483
 Bowdle B.F. - 487
 Bower G.H. - 93, 483
 Bowlby J. - 294, 483
 Boye D. - 281, 481
 Bralczyk J. - 524
 Brandstatter M. - 484
 Brannon L. - 420, 454, 483
 Bray R.M. - 383, 483
 Brehm J.W. - 54, 228, 244, 291, 322, 483, 487, 500
 Brehm S.S. - 244, 483
 Breitenbrecher D.L. - 478
 Brennan K.A. - 296, 483
 Bricker W. - 39, 353, 510
 Brickman P. - 190, 483
 Brigham J.C. - 490
 Brock T.C. - 197, 214, 215, 224, 483, 496, 504, 506, 510
 Brockner J. - 148, 283, 483
 Bromley D.B. - 174, 484
 Brotzman E. - 497
 Brown J.D. - 141, 519
 Brown M. - 353, 521
 Bruner J.S. - 113, 182, 516
 Bryan J.H. - 331, 484
 Bryant J. - 495
 Brycz H. - 125, 173, 484, 524
 Bryden N.P. - 429, 521
 Brzeziński J. - 31, 56, 484, 512, 524
 Brzozowski P. - 178, 484
 Burger J.M. - 270, 484
 Burnstein E. - 325, 326, 350, 401, 404, 405, 484, 522
 Burrows L. - 66, 480
 Busceme S. - 524
 Bushman B.J. - 254, 362, 368, 370, 484
 Buss A.H. - 166, 353, 370, 484, 493
 Buss D.M. - 166, 312, 328, 353, 370, 439-441, 446-449, 452-454, 484, 485, 497
 Buswell B.N. - 502
 Butcher J.N. - 493
 Byrne D. - 278, 279, 285, 485
 Cacioppo J.T. - 188, 216-218, 222, 224, 226, 227, 485, 486, 510
 Cameron L. - 230, 504
 Campbell B. - 520

- Campbell D.T. - 232, 507
 Campbell J. - 157, 519
 Campbell J.D. - 148, 485
 Campbell K. - 494
 Cantor J.R. - 356, 358, 525
 Cantor N. - 64, 485
 Capitiano J.P. - 78, 497
 Capitman J.A. - 65, 523
 Caplan R.D. - 405, 485
 Cappas C.L. - 373, 490
 Caprara G.V. - 351, 485
 Caputo C. - 508
 Carey G. - 367, 507
 Carli L.L. - 434, 437, 491
 Carlsmith J.M. - 191, 238, 479
 Carlson M. - 351, 368, 485
 Carlston D.E. - 124, 516
 Carlton K. - 282, 502
 Carson K.D. - 412, 485
 Carson P.P. - 412, 413, 485
 Carter J. - 201
 Cartwright D. - 494
 Cartwright P. - 377, 486
 Carvallo M. - 482
 Carver C.S. - 60, 144, 365, 486
 Cezar (Gajusz Juliusz C.) - 229, 235
 Chachere J.G. - 368, 524
 Chagnon N.A. - 449, 486
 Chaiken A.H. - 223, 524
 Chaiken S. - 181, 198, 205, 210, 214-216, 224, 234, 238, 242, 243, 480, 486, 491, 511
 Chamberlain P. - 510
 Chang S. - 520
 Chartrand T.L. - 247, 285, 486
 Chemers M.M. - 480
 Chen J. - 492
 Chen M. - 66, 480
 Chen S. - 491
 Chilstrom J.T., Jr - 383, 483
 Choe J.C. - 485
 Christensen A. - 481
 Christie R. - 274, 486
 Cialdini R.B. - 74, 172, 261-263, 265, 268, 269, 273, 321, 324, 335, 337, 382, 385, 436
 Cimbalo R.S. - 305, 487
 Clark F. - 510, 515
 Clark M.S. - 334, 487, 490, 494, 507
 Clark R.D. - 384, 487, 490, 505, 511
 Clore G.L. - 94, 95, 494, 514
 Cobb J.A. - 282, 510
 Cochrane R. - 304, 487
 Cohen A.R. - 191, 487
 Cohen D. - 357, 487, 508
 Cohen J. - 425, 426, 487
 Cohen S. - 304, 391, 487
 Cole H. - 291, 322, 483
 Coleman D. - 503
 Collins J.C. - 520
 Comer R. - 255, 487
 Comstock G. - 497
 Conolley E.S. - 251, 495
 Constanzo M. - 226, 495
 Cook D.A. - 268, 509
 Cook T.D. - 242, 487, 496
 Coons A.E. - 496
 Cooper C. - 479
 Cooper H.M. - 368, 484
 Cooper J. - 233, 239, 241, 259, 382, 487, 524
 Copper C. - 382, 507
 Cornell D.P. - 501, 520
 Cosmides L. - 516
 Cottrell N.B. - 390, 487
 Cowan C.L. - 336, 520
 Cramer R.E. - 316, 487
 Crandall C. - 325, 326, 483, 484
 Crano W.D. - 434, 487
 Crawford C.B. - 325, 434, 517
 Crelia R. - 93, 506
 Crepaz N. - 520
 Crockett W.H. - 311, 487
 Cross P. - 151, 487
 Cross S.E. - 420, 487
 Crowley M. - 437, 491
 Ctalan J. - 487
 Cullen J.F. - 254, 496
 Cummings L.L. - 417, 515
 Curphy G.J. - 407, 497
 Czapiński J. - 25, 123-125, 142, 155, 283, 297, 488, 510
 Czerniawska B. - 417, 515
 D'Imperio G. - 485
 Dalrymple S. - 497
 Dały M. - 435, 488
 Darby B.L. - 487
 Darley J.M. - 130, 281, 314-316, 318, 481, 488, 503
 Darwin K. - 26, 324, 445, 446
 Davidson A.R. - 185, 203, 488, 499
 Davis D. - 282, 488
 Davis K.E. - 102, 104, 245, 490, 500
 Davis M.H. - 304, 312, 484, 488
 Davis P.B. - 270, 488
 Day J. - 501
 de la Garza N.H. - 60, 406
 De Vader C.L. - 406, 504
 de Wit J. - 494
 Deaux K. - 420, 488
 Dęci E.L. - 194, 488
 DeHart T. - 482
 DeJong W. - 267, 488
 Denmark F.L. - 498, 506
 Derlega V. - 512
 Dermer M. - 287, 294, 488
 DeSteno D.A. - 451, 489
 Deutsch M. - 249, 250, 489
 Devine P.G. - 52, 54, 79, 215, 489, 492, 525
 DeVore I. - 445, 520
 Diehl M. - 397, 518
 Diekmann A.B. - 431, 489
 Diekstra R.F.W. - 511
 Dijksterhuis A. - 79, 521
 Diii J.C. - 364, 489
 Diii K.E. - 364, 489
 Dindia K. - 437, 489
 Dion K.E. - 287, 489
 Dittes J.E. - 249, 289, 489
 Ditto P.H. - 230, 489
 Dodson J.D. - 359, 386
 Doliński D. - 29-36, 141, 142, 167, 168, 177, 266, 267, 270-272, 277, 338, 489, 490
 Dollard J. - 349, 490
 Donnerstein E.E. - 317, 362, 507, 525
 Doob L.W. - 490
 Dovidio J.F. - 68, 79, 317-319, 490, 511
 Dowd E.T. - 245, 490
 Downar A. - 41, 42, 524
 Downs D.L. - 164, 503, 504
 Downs K. - 346, 509
 Dagna M. - 487
 Drake S.D. - 398, 508
 Driscoll D.M. - 492
 Driscoll R. - 245, 490
 Drogosz M. - 71, 502
 Dubów E.F. - 373, 490
 Dugosh K.L. - 397, 490
 Dumas F. - 498
 Dunning D. - 150, 151, 153, 490, 492
 Dutton D.G. - 301, 490
 Dweck C.T. - 59, 490
 Dwyer J.W. - 434, 490
 Dymkowski M. - 174, 491
 Dzindolet M.T. - 397, 510
 Eagly A.H. - 199, 205, 214, 215, 223, 224, 227, 234, 239, 243, 287, 368, 431, 434, 436, 437, 442, 449, 486, 489, 491, 452, 500
 Eals M. - 445, 516
 Eaton W.O. - 429, 491
 Eckes T. - 202, 491
 Eden D. - 398, 521
 Edwards J. - 490
 Edwards K. - 198, 491
 Eichmann A. - 252
 Einstein A. - 187
 Eisenberg N. - 336, 368, 431, 432, 491, 492
 Eisenberg-Berg N. - 486
 Elliot A.J. - 52, 54, 492
 Elliot T.S. - 238
 Ellsworth P.C. - 479
 Endler N.S. - 250, 492
 Engel R. - 262, 516
 Enns L.R. - 429, 491
 Enzle M.E. - 195, 492
 Epley N. - 143, 150, 492, 514
 Erber R. - 507
 Eron L.D. - 362, 363, 492
 Eskenazi J. - 236, 511
 Essock-Vitale S.M. - 325, 492
 Euler H.A. - 327, 328, 492
 Evans D. - 510

Fbbrigar L.R. -233, 510
Faling V. - 487
FantinoE. -371,492
Fazio R.H. - 186, 197, 198, 205-208, 211, 492,493,511, 513
Fehr B. - 274, 493 Fehr
E. - 328, 493
Feingold A. - 287, 428-432, 440, 447, 493
Feld P. - 520 Fenigstein A. - 166, 493
Fennema E. - 423, 427, 498 Ferguson T.J. - 356, 513 Feshbach S. - 229, 499
Festinger L. - 38, 39, 52, 55, 159, 281, 291, 381, 493, 521
FiedlerF.E. -409, 410, 493 FiedlerK. - 107,409,493, 515 Finkenauer C. - 493
Fischhoff B. - 86, 493 Fishbein M. - 185, 186, 202, 203, 205-207, 225, 478, 493, 494 Fisher
J.D. - 339, 340, 508 Fisher
S. - 487
Fiske A.P. - 335, 342, 343, 494 Fiske S.T. - 89, 90, 96, 105, 107, 116, 127, 128, 343, 494, 519 Flay B.R. - 487, 496 Fly B.R. - 242 Forbes J. - 503 Forster Jens - 368, 508
Foster CA. - 302, 494 Foti R. - 407, 525 Fraser S.C. - 267, 494
Fraczek A. - 351, 494
Fredrickson B.L. - 423, 494
Freedman J.L. - 267, 362, 494
Freeman S. - 486 French J.R.P. - 411^13, 494 French K.E. - 429, 520 Freud Z. - 22 Frey D. - 197, 494 Friedrich-Cofer L. - 361, 494
Fromkin H.L. -286, 517 Frost
L.A. - 410, 423, 498 FrostP.J. -410, 498 Fuller S.R. - 403, 478
Gachter S. - 328, 493 Gaertner S.L. - 490 Gaertner S.S. - 511 Gallagher J. - 95, 494 GaWaing M.P. - 498 Gangestad S. - 203, 517 Garcia J.E. - 48, 410, 495, 518 Geen R.G. - 353, 369, 370, 495, 525 Geist F.L. - 274, 486 Geller S.H. - 250, 492 Gerard H.B. - 61, 249-251, 489, 495, 525 Gerbner G. - 196, 495 Gergen K.J. - 140, 507 Ghiglieri M.P. - 375, 435, 495 Giacalone R.A. - 169, 170, 512 Gibbons F.X. - 144, 495, 511
Gibbs J.P. - 372, 495 Gierек E. - 229
Gilbert D.T. - 103, 111-113, 495, 518
Gilmour R. - 507 Gilovich T.K. - 108, 143, 495, 514 Ginsburg G.P. - 402, 482
Goebbels J. - 189 Goethals G.R. - 224, 225, 495 Goethe J.W. von - 248
Goffman E. - 164, 495 Goldberg L. - 92, 501 Goldberg M.E. - 227, 495
Goldbourt V. - 304, 506 Goldman R. -222, 510 Gollaois C. - 272, 523
Gollwitzer P.M. - 490 Gonzales M.H. - 226, 479, 495 Gordon A.H. - 453, 502
Gore N. - 514 Gorn G.J. - 227, 495
Gouldner A.W. - 322, 495 Graesser A.C. - 62, 63, 496 Gramzow R. - 519
Grannemann B.D. - 149, 501 Graves J. - 498 Graves N. - 497 Green J.D. - 108, 494 Greenberg J. - 147, 163, 511, 517
Greene D. -504, 513 Greenwald A.G. - 151, 214, 236, 496, 506, 511
Griffin D. - 118, 503
Griffitt W. - 279, 496
Gross L. - 495
GrossP.H. - 130, 488
Grossman M. - 453, 496
Groth G.E. - 501
GruderC.L. -221, 496
Gruenfeld D.H. -381, 496
Grzelak J. - 125, 149, 150, 488, 512, 516, 524
Gschneidinger E. - 92, 518 Gucwa-
Leśny E. - 417, 506, 509 Guetzkow
H. - 479 Gunn L.K. -513 Gutierres
S.E. - 92, 501
Ha Y.W. - 130, 502
Hager J. - 49, 515
Hager W. - 509
Halamaj J. - 496
Halberstadt A.G. - 437, 496
Hali J.A. -433, 437, 496, 518
Hallam J.-317, 362, 507
Halpin A.W. - 409, 496
Hamerlynck L.A. - 510
Hamilton D.L. - 505
Hamilton W.D. - 324, 496
Handy L.C.-510
Hanna C. -380, 517
Harkins S.G. - 233, 393, 394, 496, 503
Harlow T. - 501
Harper C.R. - 254, 496
Harrison A.A. - 483
Hartup W.W. - 494
Harvey J.H.-481
Harvey J.M. -511
Harvey M.R. - 346, 502
Harwood R.L. - 322, 507
Hasegawa M. - 485
Hasegawa T. - 485
Haselton M.G. - 453, 497
Haslam N. - 343, 494, 497
Hasselhorn M. - 509
Hatfield E. - 286, 288, 497
Hazan C. - 295, 296, 497
HearoldS. -331,497
Heath L. - 490
Heatherton T.F. - 145, 146, 481, 521
Heider F. - 99, 100, 105, 309-311, 497
Heimer K. - 352, 481
Heine S.J. - 485
Heingartner A. - 390, 525
Hendrick C. - 308, 496^198, 505
Hendrick S.S. - 308, 497
Hennigan K.M. - 496
Herek G.M. - 78, 497
Herman C.P. -478, 513
Herman E.M. - 390, 525
Herr P.M.-91, 198, 492,497
HervitzE.F. -516
Hewstone M. - 74, 98, 482, 490, 500, 505, 510, 513,515, 518,521, 522
Higgins E.T. - 60, 66-68, 138, 478, 492, 497, 513, 514, 518, 520 Hill T. - 151, 497 Hill-Barrow D. - 519 Hinkin
T.R. -411, 497 Hippler H.J. - 515
Hitler A.- 187, 229 Hixon J. - 518
Hofling CK. - 254, 497 Hofstede G. - 439, 497 Hogan J. - 407, 497 Hogan R. - 407, 497 Hokanson J.E. - 369, 498
Hollander E.P. - 383, 498 Holmes J.G. -302, 498, 512 HoodR. -511 House P. - 108, 513 Hovland CL - 72, 212, 220-223, 228, 349, 498, 501 HowardD.J. -217, 498 Howell J.M. - 410, 498
Hu L. - 109, 507 Hubbell A.P. - 523 Huesmann L.R. - 299, 492, 498
Huguet P. - 392, 498 Hull J.G. - 366, 498 Hulton A.J. - 148, 483
Husband R.W. - 388, 510 Huston
A.C. -361,494 HustonT.L. -481, 506 Hutton D.G. - 166, 481

Hyde J.S. - 423, 425, 427-430, 437, 440, 496, 498, 502, 509
Hymes C. - 480
Hymes R.W. - 199, 498

Ickes W. - 331, 480, 488
Ingham A.G. - 393, 498
Ińsko C.A. - 188, 498
Iritani B. - 479
Irving J. - 212, 402
Isen A.M. - 93, 94, 337, 490, 499
Isenberg D.J. - 402, 499
Ito T.A. - 365, 366, 368, 499
Iyengar S. - 201, 499

Jaccard J.J. - 185, 203, 488, 499
Jacklin C.N. - 430, 505
Jackson I.M. - 233, 499
Jacobson L. - 132, 512
Jakibchuk Z. - 247, 499
Janis I.L. - 214, 229, 403, 499, 502
Janoff-Bulman R. - 346, 499
Jarvik L.F. - 367, 499
Jarymowicz M. - 140, 177, 179, 286, 332, 344, 499, 504, 523 Jasińska-Kania A. - 98, 502 Jaworska A. - 417, 515
Jaworski M. - 284, 524 Jecker J. - 292, 499 Johnson B.T. - 137, 239, 436, 491, 500, 519
Johnson C. - 508
Johnson D. - 483
Johnson D.A. - 383, 396, 398, 508
Johnson R. - 503 Jonas K. - 213, 518
Jones C.R. - 60, 68, 497 Jones E.E. - 102, 104, 106, 166, 168, 170, 173, 291, 500, 501
Jones J. - 260 Jones R.A. - 228, 500 Jones W.H. - 488
Joseph L. - 514 Josephs R.A. - 366, 517 Juieng D. - 245, 513 Jussim L.J. - 132, 500, 502

Kacmajor M. - 417, 454, 483, 517
Kahneman D. - 81, 83, 85, 87, 88, 500, 521
Kallgren C.A. - 321, 323, 486
Kamińska-Feldman M. - 140, 500
Kandinski W. - 73
Kaniasty K. - 325, 376, 500
Kanouse D.E. - 500, 501
Kant I. - 428
Kanter R.M. - 257, 500
Karau S.J. - 392-394, 396, 437, 491, 501
Kardes F.R. - 493
Karyłowski J. - 285, 320, 332, 333, 344, 501
Kassin S.M. - 105, 501
Katz A.N. - 184, 515
Katz D. - 182, 501
Katz E. - 235, 501
Katz I.M. - 485
Keefe R.C. - 448, 501
Keith B. - 306, 478
Kelley H.H. - 104, 105, 134, 249, 481, 489, 500, 501 Kelman H.C. - 221, 501
Kendzierski D. - 207, 517
Kennedy J.F. - 88
Kenny D.A. - 36, 327, 407, 480, 502, 525
Kenrick D.T. - 92, 335, 337, 436, 446, 448, 486, 501
Kernis M.H. - 149, 501, 503 Kessler R.C. - 295, 304, 482, 507 Kidd R.F. - 331, 480 Kider C.J. - 254, 496
Kiesler C.A. - 187, 525 Kim H.S. - 485 Kimes D.D. - 479 Kinder D. - 201, 499 King B.T. - 67, 214, 502
King G.A. - 497 Kinzey W.G. - 520
Kipling R. - 393 Kirchsteiger G. - 328, 493 Kirker W.S. - 137, 512
Kirkpatrick L.A. - 485 Kirson D. - 515 Kish B.J. - 325, 434, 517

Kitayama S. - 138, 139, 325, 326, 484, 505
Kitę M.E. - 442, 491 Kitty Genovese - 315 Klayman J. - 130, 502 Klee P. - 73
Kling K.C. - 432, 502 Klodin V. - 367, 499 Klonsky B.G. - 491 Klotz M. - 478
Klumpp G. - 514 Knauper B. - 515, 523
Knippenberg A. van - 79, 407, 408, 521, 522
Knowles E.S. - 270, 488 Kobrynowicz D. - 422, 482 Kochańska G. - 332, 502
Koelling R.A. - 48, 495 Kofta M. - 48, 69, 74, 98, 135, 141, 177, 209, 489, 502 Kommer D. - 515
Korchmaros J.D. - 327, 502 Koren P. - 282, 502 Kosewski M. - 365, 372, 375, 502 Koss M.P. - 346, 502 Kowalski R.M. - 165, 504 Krau L.A. - 304, 488
Kraus S.J. - 202, 502 Kravitz D.A. - 392, 393, 502 Kring A.M. - 453, 502
Krosnick J.A. - 181, 188, 241, 483, 502
Kruglanski A.W. - 497, 514 Krull D.S. - 112, 113, 495 Krzaklewski M. - 178
Kubiak J. - 312, 488 Kuczyńska A. - 292, 293, 503 Kuczyński P. - 417, 515
Kuiper N.A. - 137, 512 Kunda Z. - 117-119, 503 Kunst-Wilson W.R. - 189, 503
Kuo Z.Y. - 348, 503 Kurcz I. - 79, 503
Kwaśniewski A. - 45 Kwiatkowska A. - 140, 503

Lachowicz-Tabaczek K. - 277, 500
Lagerspitz K.M.J. - 436, 482

Laird J.D. - 255, 487
Lamon S.J. - 423, 427, 498
Landy D. - 292, 499
LaPierre R.T. - 202, 204, 503
Larsen K.D. - 254, 503
Łatane B. - 233, 314-316, 318, 384, 393, 414, 416, 499, 503, 509 Laughlin P.R. - 398, 503 Lavalee L.F. - 485
Lazarsfeld P.F. - 235, 501 Leary M.R. - 164, 165, 168-171, 376, 481, 503, 504 Ledbetter J.E. - 492 Lee J.A. - 264, 307, 504, 525 Lefkowitz M.M. - 492 Legant P. - 508 Leger G.J. - 353, 513 Lehman D.M. - 485 Leippe M.R. - 511
Lennon R. - 431, 432, 491
LePage A. - 350, 481 Lepper A. - 45
Lepper M.R. - 193, 199, 504, 513, 516
Leve C. - 520
Leventhal H. - 230, 231, 504 Levine D. - 501 Levine J.M. - 478 Levinger G. - 299, 481, 498 Lewenstein M. - 387, 509 Lewicka M. - 98, 120, 135, 488, 504, 516, 520
Lewicki P. - 151, 497 Lewis S.K. - 487 Leyens J.-P. - 510
Lightstone J. - 261, 509
Likert R. - 409, 504 Lim H.K. - 485 Lindzey G. - 506, 507 Linn M.C. - 430, 496, 498 Lipetz M.E. - 245, 490
Lis-Turlejska M. - 291, 504
Littman R.A. - 39, 353, 510
Liu T.J. - 55, 160, 517 Lloyd K. - 148, 483 Longo L.C. - 491 Lopez D.F. - 230, 489
Lord C.G. - 199, 504, 516

Lord R.G. - 204, 406, 504
Lorenz K. - 347, 504
Losch M.E. - 485
Lott A.J. - 118, 509
Lowrance R. - 490
Lumsdaine A.A. - 223, 228, 498
Lundgren S. - 524
Luria Z. - 513
Lynn A.R. - 502

Łukaszewski W. - 73, 325, 504

Maass A. - 70, 384, 385, 505
Maccoby E.E. - 430, 505
Mackie D.M. - 72, 78, 504, 505
MacLeod CM. -391, 505
Macrae C.N. - 75, 76, 79, 98, 482, 490, 500, 505
Madson L. - 420, 487 Maio G.R. - 183, 199, 505 Majchrzak M. - 98, 482, 490, 500, 505 Major B. - 420, 488 Makhijani M.G. - 491 Malewski A. - 54, 55, 159, 505 Maliszewicz B. - 80, 522 Mandal E. - 443, 505 Manix E.A. - 496 Mann R.D. - 406, 505 Manucia G.K. - 337, 505 Maracek J. - 508 Marcus-Newhall A. - 485 Marek T. - 524 Maris R. -511 Markus H. - 137-139, 143, 505, 506 Marody M.-417, 506, 509 Maroszek A. - 524 Marschall D.E. - 519 Marshall-Goodell B.S. - 485 Martin B. - 502 Martin L.L. - 93, 392, 506, 514 Maruszewski T. - 98, 485, 494, 505, 506 MashE.J. - 510 Materska M. - 98, 506 Matsuyama S.S. - 367, 499 Mavin G.H. - 67, 497 MazzellaR. -431, 432, 493 Mądrzycki T. - 135, 181, 506

McClelland D.C. - 39, 506
McClintock C.G. - 487
McClintock E. -481
McCromick B. - 285, 524
McDavid J.W. - 250, 434, 516
McDonel E.C. - 492
McFarlin D.B. - 163, 506
McGuire C. - 520
McGuire M.T. - 492
McGuire W.J. - 212, 231, 237, 242, 252, 325, 506 McMaster M.R. - 487
McMillan D. - 64, 517 McNeel S.P. -310, 506 Mead G.H. - 139, 506 Medalie J. - 304, 506 Mednick M.T. - 423, 506 Medvec V.H. - 108, 495 Megargee E.I. - 498 Melton G.B. - 495 Merrick S.K. - 521 MessickD.M. - 310, 506 Mettee D.R. - 289, 506 Meyers D.G. - 196, 400, 506 Mickelson K.D. - 295, 507 Mika S.-219, 372, 507 Miles D.R. - 367, 507 Milgram S. - 252, 253, 321, 507 Miller D.T. - 107, 507 Miller J.A. - 486 Miller J.G. - 322, 507 Miller N. - 232, 356, 358, 365, 368, 437, 490, 495, 499, 507 Miller P.A. - 336, 368, 492 Mills J. - 256, 334, 479, 487, 507 Milne A.B. - 75, 76, 505 Milne C.R. - 245, 490 Miluska J. - 443, 507 Mischel W. - 64, 485 Monroe M. - 248 Montagu A. - 345, 507 Monteil J.M. - 498 Moore D.L. - 390, 514 Moreland R.L. - 143, 190, 506, 507 Morgan M. - 495 Morris D. - 348, 507 Morse S. - 140, 507

Moscovici S. - 383, 384, 507
Mosiołek-Kłosińska K. - 524
Mousaw P. - 487
Mowrer O.H. - 490
Mueller C.W. - 317, 362, 507
Mullen B. - 109, 382, 396, 398, 479, 507, 508
Mummendey A. - 513 Muraven M. - 146, 508 Murphy S.T. - 525
Mussweiler T. - 84, 368, 508, 518
Myers D.G. - 508

Nadler A. - 339, 340, 508
Narkiewicz-Jodko W. - 71, 502
NawratM. -271, 272, 490
Nawrat R. - 29-36, 489
Nawrocka J. - 75, 162, 508
Neale M.A. - 83, 496, 509
Nelson C. - 115, 512
Nelson D. - 285, 485
Nelson R.E. - 224, 225, 495
Nemeth Ch. - 384, 508
NeterE. - 153, 519
Neuberg S.L. - 335, 436, 501
Neumann R. - 247, 508
Nevin J.A. - 492
Newman L.S. - 112, 508
Newman R.S. - 340, 508
Nęcka E. - 396, 508
Nęcki Z. - 286, 508
Niedenthal P.M. - 525
Nisbett R.E. - 88, 106, 107, 357, 487, 500, 501, 504, 508 Noelle-Neumann E. - 515 Noll S.M. - 494 Norman R. - 224, 509 Norris F.N. - 325, 500
Northcraft G.B. - 83, 509 Nosanchuk T.A. -261, 509 Noseworthy CM. - 118, 509 Nowak A. - 49, 387, 415, 416, 509, 521 NowakS. - 181, 509 Nuttin J.M., Jr - **310**, 509

OConnor C - 515
O'Donohue W. - 346, 509

Oliner P.M. - 335, 509
Oliner S.P. - 335, 509
Oliver M.B. - 440, 509
Olney T.J. - 492
Olson J.M. - 85, 183, 199, 505, 512, 515
Olweus D. - 367, 509
Oppenheimer R. - 222, 220
Orski M. - 177, 510
Osgood C.E. - 509
Oskamp S. - 522
Ostendorf F. - 120, 509
Osterman K. - 436, 482
Ostrom T.M. - 214, 496, 506, 510
Ostrowska A. - 92, 509
Ouellette J.A. - 207, 509, 524

Pallak M.S. - 268, 509
Paludi M.A. - 498, 506
Papageorgis D. - 242, 506
Parkę R.D. -510
ParsonsT. -419,480, 510
Patterson G.R. - 39, 282, 353, 373, 510
Paulhus D.L. - 158, 274, 493, 520
Paulus P.B. - 397, 490, 510
Pavelchak M.A. - 116, 127, 494
Peckham V. - 498
Peeters G. - 283, 510
Pelham B.W. - 112, 113, 482, 495
Penrod S. - 383, 519
Peplau L.A. -296, 481, 519
Perlman D. - 488
Pervin L.A. - 177, 510
Pessin J. - 388, 510
Peterson D.R. - 481
Peterson R.E. - 520
Petty R.E. - 214, 215, 233, 485, 496, 510
Petty R.R. - 216-218, 222, 224, 226, 227, 510
Phillips D.P.-248, 372, 511
Pieńkowski R. - 59, 524 Pierce CM. - 497 Pikiel S. - 454, 481
PiliavinI.M. -316, 511 Piliavin J.A. -316, 317, 490, 511
PilkonisP.A. - 187, 525 Pinker S. -49, 442, 511 Pittman T. - 168, 170, 173, 500

Platon - 428	Riecken H.W. - 38, 493	Sarason I.G. - 502	Shotland R.L. - 21, 315, 516
Platt S. - 511	Ringelmann, inż. - 392, 393	Satow K.L. - 331, 514	Showers C.J. - 502
Pleban R. - 158, 511	Riordan C.A. - 169, 170, 512	Satz E. - 316, 525	Shrauger J.S. - 140, 516
Poincare J. - 16	Rittenauer-Schatka H. - 514	Savitsky K. - 108, 143, 495, 514	Sia T.L. - 184, 516
Pollock V.E. - 365, 366, 368, 499	Roberts T.A. - 494	Sayette M.A. - 366, 514	Sicoli F. - 108, 513
Pomerantz E.M. - 238, 511	Robins R.W. - 433, 482	Schachter S. - 38, 281, 300, 493, 514	Siemieńska R. - 443, 516, 522
Posavac E.J. - 490	Rodin J. - 316, 511	Schackelford T.K. - 485	Sigall H. - 500
Powell M.C. - 198, 492, 493	Rodin M.J. - 283, 512	Scheier M.F. - 144, 166, 486, 493	Sigall J. - 280, 516
Pratkanis A.R. - 196, 213, 221, 229, 236, 511, 520	Roe W. - 412, 413, 485	Schlenker B.R. - 165, 514	Signorelli N. - 495
Presser S. - 44, 514	Roese N.J. - 85, 86, 512	Schmidtke A. - 511	Silver M. - 507
Price R.H. - 485	Rogers T.B. - 137, 512	Schmitt B. - 390, 447, 514	Silverman I. - 445, 516
Probasco P. - 520	Rokeach M. - 161, 178, 203, 512	Schmitt D.P. - 446, 448, 485	Simons A. - 514
Provenzano F.J. - 513	Roland E.J. - 490	Schoeneman T.J. - 140, 516	Simons R.L. - 170, 511
Pryor J.B. - 105, 144, 501, 511	Rosenberg M. - 147, 512	Schriesheim C.A. - 411, 497	Simpson J. - 517
Przylipiak - M. - 454, 484	Rosenberg S. - 114, 115, 512	Schroeder D.A. - 490	Sinclair L. - 118, 503
Pyszczynski T.A. - 147, 163, 294, 488, 511, 517	Rosenfeld P. - 169, 170, 512	Schuman H. - 44, 514	Singer D.G. - 363, 516
	Rosenhan D.L. - 336, 520	Schwartz J. - 515	Singer J.E. - 480, 487
Quanty M.B. - 369, 370, 495	Rosenthal R. - 40, 132, 423, 427, 429, 512	Schwartz S.H. - 178, 179, 323, 514	Singer J.L. - 363, 484, 516
Quattrone G.A. - 106, 511	Ross D. - 107, 354, 480	Schwarz N. - 44, 45, 82, 90-92, 94, 95, 240, 482, 487, 490, 514, 515, 518, 519, 523	Singh D. - 290, 291, 516
Quinn D.M. - 494	Ross J. - 195, 492	Scott W.E. - 269, 515	Sistrunk F. - 250, 434, 516
	Ross L. - 86, 88, 104, 105, 108, 199, 504, 508, 512, 513	Sears D.O. - 296, 519	Siuta J. - 56, 484, 512
Radzicki J. - 56, 211, 245, 479, 480	Ross M. - 507, 513	Sears R.R. - 72, 349, 490, 498	Six B. - 202, 491
Raschke H.J. - 306, 511	Rosselli S.A. - 354, 480	Sebastian R.J. - 510	Skarżyńska K. - 200, 201, 516
Ratajczak M. - 524	Ruback B.B. - 245, 513	Sedikides C. - 68, 151, 153, 515	Skinner B. - 371
Ratcliff C.D. - 516	Rubin D.B. - 429, 512	Seligman C. - 434, 490	Skład M. - 45, 516
Raven B. - 411-413, 494	Rubin J.Z. - 418, 513	Seligman M. - 49, 515	Skov R.B. - 516
Ray M.C. - 511	Rubin M. - 74, 513	Semin G.R. - 107, 493, 515	Skowronski J.J. - 68, 124, 515, 516
Ray R.S. - 170, 282, 510	Rubin Z. - 293, 513	Seta J.J. - 93, 506	Slater P.E. - 378, 409, 480
Raymond P. - 480	Rucińska M. - 56, 515	Sędek G. - 48, 69, 502, 515	Sloan L.R. - 486
Raz M. - 269, 515	Rudak M. - 271, 272, 490	Shaffer D.R. - 181, 520	Slovic P. - 500
Reason J. - 487	Rudman L.A. - 421, 513	Shaughnessy J.J. - 56, 515	Smeriglio V.L. - 247, 499
Redfield J. - 483	Rule B.G. - 353, 356, 513	Shaver P.R. - 295, 296, 298, 483, 497, 507, 515	Smith E.E. - 198, 491
Reeder G.D. - 124, 511	Rusbult C.E. - 305, 513	Shavitt S. - 504	Shaw D. - 282, 502
Reeves K. - 285, 485	Rushton J.P. - 331, 513	Shaw-Barnes K. - 491	Sheffield F.D. - 223, 228, 498
Regan D.T. - 336, 512	Ryn M. van - 485	Shepperd J.A. - 274, 515	Sherman J.W. - 58, 515
Reid J.B. - 510		Sherman L.W. - 372, 515	Sherman R.T. - 256, 515
Reingen P.H. - 258, 512	Sadalla E.K. - 501	Sherman S.J. - 86, 255, 492, 516	Sherman-Williams B. - 119, 503
Rempel J.K. - 302, 498, 512	Salancik G.R. - 204, 513		
Reno R.R. - 321, 323, 486	Salas E. - 396, 508		
Renzi P. - 485	Salovey P. - 451, 489		
Reykowski J. - 332, 344, 504, 512, 523	Sampson E.E. - 187, 482		
Rhodes N. - 237, 512	Samson D. - 274, 493		
Rholes W.S. - 60, 68, 497	Sanbonmatsu D.M. - 208, 493, 513		
Rice R.W. - 409, 512	Sanders G.S. - 390, 401, 513, 514		
Richardson K.D. - 172, 486			

- Sprecher S. - 286, 288, 497
 Srull T.K. - 61, 122, 480, 499, 517
 Staats A.W. - 187, 517
 Staats C.K. - 187, 517
 Stack A.D. - 370, 484
 Stajniak B. - 325, 504
 Stalin J. - 225
 Stangor C. - 64, 75, 98, 181, 482, 486, 490, 500, 505, 517
 Stasser G. - 379, 380, 381, 517
 Steele C.M. - 55, 159, 160, 366, 421, 422, 517
 Steffen V.J. - 368, 434, 437, 491
 Steiner I. - 392, 394, 398, 399, 517
 Steinmetz J.L. - 86, 104, 513
 Steinmetz S.K. - 511
 Stein-Seroussi A. - 518
 Stephan C.W. - 71, 78, 417, 517
 Stephan W.G. - 71, 78, 417, 517
 Stephenson G.M. - 518, 522
 Sternberg R.J. - 308, 517
 Stewart J.E. - 518
 Stier D.S. - 437, 518
 Stock C.B. - 516
 Stocker-Kriechgauer G. - 484
 Stogdill R.M. - 406, 496, 518
 Stoner J.A.F. - 399, 518
 Storms M.D. - 107, 283, 518
 Strack F. - 84, 92, 247, 482, 508, 513-515, 518
 Straw M. - 21, 315, 516
 Strelau J. - 430, 499, 502, 518, 523
 Streufert S. - 340, 508
 Strickland L.H. - 251, 520
 Stroebe W. - 213, 397, 510, 515, 518, 521, 522
 Stroop J.R. - 391, 392
 Strube M.J. - 151, 153, 410, 515, 518
 Strykowska M. - 443, 518
 Strzeszewski M. - 77, 196, 518
 Suchocka H. - 439
 Suci G.J. - 509
 Sullivan J.J. - 268, 509
 Suls J.M. - 500, 522
 Sun C.-R. - 501
 Susskind J. - 505
 Sussman M.B. - 511
 Swann W.B., Jr - 152, 518
 Swap W.C. - 283, 483
 Sylwanowicz A. - 519
 Symons C.S. - 137, 519
 Symons D. - 450, 519
 Szamrej J. - 387, 416, 509
 Szmajke A. - 165-167, 170, 172, 173, 176, 177, 490, 519
 Szustrowa T. - 135, 141, 177, 332, 489, 502, 519
 Szymanski K. - 394, 496
 Szynekiewicz E. - 519
 Szynekiewicz M. - 162, 411, 412, 524
 Śpiewak H. - 495
 Śpiewak P. - 495
 Tajfel H. - 72-74, 519
 Tanalska-Dulęba T. - 375, 495
 Tandor E.S. - 504
 Tanford S. - 383, 519
 Tangney J.P. - 519
 Tannen D. - 419, 519
 Tannenbaum P.H. - 509
 Tassinary L.G. - 485
 Taylor L.A. - 380, 517
 Taylor S.E. - 89, 90, 96, 105, 107, 141, 153, 296, 494, 519
 Teachman G. - 331, 513
 Teger A.J. - 339, 519
 Terdal S.K. - 504
 Tesser A. - 156-158, 160, 161, 181, 284, 481, 482, 490, 495, 511, 514, 519, 520
 Test M.A. - 331, 484
 Tetlock P.E. - 403, 520
 Thagard P. - 117, 119, 503
 Thibaut J.W. - 251, 520
 Thiel D.L. - 287, 488
 Thomas G.C. - 283, 518
 Thomas J.R. - 429, 520
 Thomas V.G. - 423, 506
 Thompson W.C. - 336, 520
 Thorne A. - 486
 Tice D.M. - 145, 146, 166, 174, 257, 258, 481, 508, 520
 Timko C. - 346, 499
 Tindale R.S. - 490
 Titus L.J. - 388-390, 392, 482
 Tooby J. - 445, 516, 520
 Topwles-Schwen T. - 492
 Tordesillas R.S. - 238, 511
 Trapnell P.D. - 485
 Travaglia G. - 485
 Treboux D. - 521
 Triandis H.C. - 139, 520
 Triplett N. - 388
 Trivers R.L. - 328, 446, 520
 Trope Y. - 110, 111, 152, 520
 Trost M.R. - 501
 Trzebińska E. - 177, 520
 Trzebiński J. - 58, 135, 504, 520
 Turner J.A. - 238, 479
 Turner J.C. - 74, 519
 Turner J.T. - 483
 Turner M.E. - 403, 520
 Tversky A. - 81, 83, 85, 87, 88, 500, 521
 Twenge J.M. - 25, 26, 273, 494, 521
 Tymiński S. - 213
 Tyszka T. - 98, 338, 506, 521
 Tziner A. - 398, 521
 Uleman J.S. - 112, 480, 508, 508
 Urban J. - 285
 Valins S. - 480, 487, 500, 501
 Vallacher R.R. - 49, 505, 521
 Veach T.L. - 402, 482
 Vicary J. - 236
 Vincent J.E. - 487
 Vinokur A.D. - 485
 Vivenkanathan P.S. - 115, 512
 Vohs K.D. - 146, 521
 Voyer D. - 429, 430, 521
 Voyer S. - 429, 430, 521
 Vredenburg D.S. - 478
 Wagner D. - 515
 Wagner P.E. - 519
 Walder L.O. - 492
 Walker M.R. - 486
 Wall S. - 478
 Walster E. - 223, 287, 291, 300, 481, 489, 521
 Walters R.H. - 353, 372, 480, 521
 Wałęsa L. - 213, 229, 410
 Warren R. - 214, 491
 Waters E. - 295, 478, 521
 Wayment H.A. - 153, 519
 Weary G. - 169, 511, 521
 Wegener D.T. - 233, 510
 Wegner D.M. - 145, 505, 521
 Weigl B. - 70, 80, 98, 522
 Weiner B. - 100, 101, 500, 501, 522
 Weinstein N.D. - 142, 522
 Weiss W. - 220, 222, 498
 Weitzel B. - 327, 328, 492
 Weizsacker R. von - 90, 91
 Welles O. - 233
 Wells G.L. - 215, 510
 West S.G. - 385, 505, 510
 Westbay L. - 300, 479
 Whatley M.A. - 346, 522
 Wheeler D. - 487
 Wheeler L. - 483
 White R.W. - 182, 516
 Wicker A.W. - 202, 522
 Wicklund R.A. - 144, 511, 522
 Wiczorkowska-Nejtardt G. - 45, 54, 56, 404, 405, 428, 479, 516, 522
 Wiesenenthal D.L. - 250, 492
 Wilder D.A. - 251, 522
 Wilke H. - 407, 408, 522
 Willhelmy R.A. - 251, 495
 Williams J.E. - 418, 419, 522
 Williams J.P. - 169, 521
 Williams K. - 393, 503
 Williams K.D. - 392, 394, 501
 Williams K.Y. - 496
 Williams M. - 336, 512
 Wills T.A. - 156, 304, 341, 487, 522
 Wilson K. - 272, 523
 Wilson M. - 435, 488
 Wilson T.D. - 65, 523
 Winer B.J. - 409, 496
 Winkielman P. - 44, 523
 Winter D.G. - 39, 506
 Wise S.L. - 245, 490

Witcher B.S. - 494
 Wittenbaum G.M. - 381, 523
 Wojciszke B. - 21, 41, 42, 58, 59, 93,
 109, 122, 125-129, 131, 135, 138,
 150, 162, 173, 176, 184, 199, 202,
 277, 284, 285, 299, 300, 303, 305,
 307, 312, 411, 412, 440, 448, 450,
 451, 454, 484, 486, 504, 523, 524
 Wolf S. -384, 416, 503
 Wolińska Z. - 506
 Wong F.Y. - 368, 524
 Wood W. - 207, 223, 237, 368, 383, 385,
 449, 452, 453, 491, 496, 509, 512,
 517, 524
 Worchel P. - 285, 286, 350, 479, 484, 524
 Worchel S. - 233, 234, 239, 241, 264,
 479, 517, 519, 524, 525
 Worth L.T. - 505
 Wosinska W. - 523
 Wu R. - 245, 481
 Wyer R.S., Jr - 123, 480, 499, 525
 Yakimovitch D. - 316, 525

Yang H.-C. - 490
 Yeater E.A. - 346, 509
 Yerkes R.M. - 359, 386
 Yurak T.J. - 478
 Zaccaro S.J. - 407, 525
 Zadny J. - 61, 525
 Zagórski K. -518
 Zajonc E.B. - 390, 525
 Zajonc R.B. - 127, 189, 303, 388-392,
 503, 525
 Zander A. - 377, 486 Zanna M.P. -
 187, 205, 478, 493, 512,
 513, 515, 525
 Zechmeister E.B. - 56, 515 Zechmeister
 J.S. - 56, 515 Zembrodt IM. - 513
 Zillmann D. - 353, 355, 358, 359, 362,
 374, 495, 525
 Zuckerman A. - 304, 482
 Zuckerman C. - 523
 Zuwerink J.R. -215, 525
 ZvibelM. -269, 515

opr. ARA

W serii „Wykłady z Psychologii” ukazały się następujące książki:

Jerzy Brzeziński
Badania eksperymentalne w psychologii i pedagogice
 [t. 1] '

Ida Kurcz
Psychologia języka i komunikacji
 [t. 2]

Anna Brzezińska *Spółeczna*
psychologia rozwoju "[t. 3] "

Ryszard Stachowski
Historia współczesnej myśli psychologicznej.
Od Wundta do czasów najnowszych
 [t. 4]

Helena Sęk
Wprowadzenie do psychologii klinicznej [t.
 5]

Elżbieta Hornowska
Testy psychologiczne. Teoria i praktyka
 [t. 6]

Władysław Jacek Paluchowski
Diagnoza psychologiczna. Podejście ilościowe i jakościowe
 [t- 7]

Bogdan Wojciszke
Człowiek wśród ludzi. Zarys psychologii społecznej
 [t. 8]

Augustyn Bańka
Spółeczna psychologia środowiskowa
 [t. 9]

Jan Strelau
Psychologia różnic indywidualnych
 [t. 10]

Piotr Oleś
Psychologia osobowości
 [t. 11]