



RASPOLOŽENJE KAO DETERMINANTA PROMJENE STAVA

Mirjana TONKOVIĆ, Dinka ČORKALO
Filozofski fakultet, Zagreb

UDK: 159.942

Izvorni znanstveni rad

Primljeno: 19. 3. 2004.

Cilj je ovog istraživanja ispitati efekte što ih imaju različita raspoloženja na dubinu procesiranja poruke, a što se odražava u postojanju razlike u efektima jake i slabe poruke, te ispitati utječe li postojanje perifernoga znaka na veličinu promjene stava ovisno o raspoloženju i snazi prezentiranih argumenata. U istraživanju, u kojem su sudjelovala 132 studenta psihologije, upotrijebljen je eksperimentalni nacrt 2 (pozitivno/negativno inducirano raspoloženje) x 2 (jaka/slaba persuazivna poruka) x 2 (periferni znak postoji/ne postoji) s kontrolnom grupom. Provedeno istraživanje pokazalo je da do sistematskoga procesiranja dolazi i u negativnom i u pozitivnom raspoloženju. Snaga poruke pokazala se jedinom značajnom determinantom promjene stava, i to tako da su ispitanici koji su čitali jaku poruku promijenili stav u zagovaranom smjeru. Inducirano raspoloženje, kao i postojanje perifernoga znaka, nisu utjecali na promjenu stava.



Mirjana Tonković, Odsjek za psihologiju,
Filozofski fakultet, I. Lučića 3, 10000 Zagreb, Hrvatska.
E-mail: mirjana.tonkovic@ffzg.hr

UVOD

Raspoloženje u kojem se nalazimo utječe na naše ponašanje, razmišljanje, odnose s ljudima, planove i odluke. Definiramo ga kao trajno emocionalno stanje ili sklonost emocionalnom reagiranju na određen način, koje može trajati satima, pa i tjednima (prema Oatley, Jenkins, 2003.). Uobičajeno niska intenzitetna razina raspoloženja otežava mjerenje raspoloženja fiziološkim indikatorima. Zbog toga se raspoloženje gotovo uvijek mjeri instrumentima koji se temelje na samoprocjeni,

tj. na introspektivnom izvještaju ispitanika. U skladu s kognitivnim teorijama raspoloženja, samoprocjene možemo shvatiti kao konstruktivni, interpretativni proces, pri čemu se najprije percipira neko internalno stanje, a zatim se ono označuje u skladu s tim što smatramo da predstavlja najvjerojatniji uzrok takva stanja (Kardum, 1993.).

Istraživanja pokazuju da su ljudi u pozitivnom raspoloženju društveniji, spremniji na suradnju i pomoć (Carlson, Charlin i Miller, 1988.). Čak i raspoloženja blaga intenziteta utječu na kognitivne procese, pa zaključujemo da raspoloženje utječe na ponašanje preko misli i kognicija koje prate ili su rezultat trenutačnoga raspoloženja. Istražujući načine na koje afektivna stanja sudjeluju u kognitivnim procesima, kognitivni i socijalni psiholozi počeli su uključivati raspoloženja kao faktor u složenim modelima kognicije.

Obnovljen interes za promjenu stavova i za utjecaj afekata na kogniciju doveo je do sve većega broja istraživanja utjecaja raspoloženja na persuaziju. U ovom radu, kao i u većini ostalih radova o utjecaju raspoloženja na promjenu stavova, promjenu stava tretiramo kao tip prosudbe koji se javlja nakon izloženosti informacijama o objektu stava i obradbe informacija relevantnih za objekt stava, dakle u persuazijskom kontekstu.

Persuaziju možemo odrediti kao proces uvjeravanja kojemu je krajnji cilj formiranje, ojačavanje ili promjena stavova, uvjerenja, emocija, vrijednosti i/ili ponašanja što ga osoba ima prema nekom objektu, drugoj osobi ili samoj sebi (Burgoon, Hunsaker i Dawson, 1994., prema Čorkalo, 1997.). Predmet istraživanja persuazije u socijalnoj psihologiji zapravo su kognitivni, afektivni i motivacijski faktori koji posreduju promjenu stavova.

Želimo li koga u nešto uvjeriti, često ćemo birati najpogodniji trenutak da to učinimo, pa ćemo često zaključiti da je to onda kada je osoba u dobru raspoloženju. Ako osoba nije pozitivno raspoložena, često ćemo pokušavati to raspoloženje promijeniti prije nego što je pokušamo uvjeriti u nešto ili joj promijeniti mišljenje. Široka primjena takvih strategija upućuje na opću uvjerenost u njihovu uspješnost, premda točni mehanizmi koji su u podlozi povezanosti kognicije i emocija nisu do kraja poznati.

Jedno od najranijih istraživanja utjecaja raspoloženja na persuaziju proveo je Razran (1940.). Radilo se o procjenama sociopolitičkih slogana koji su predstavljeni studentima u dvije situacije – prilikom besplatnoga ručka ili dok su im u prostoriju u kojoj se provodilo istraživanje puštani smradovi. Ispitanici su iskazali pozitivniji stav prema sociopolitičkim sloganima kad su bili okruženi hranom. Neugodno stanje u koje su ispitanici dovedeni prilikom puštanja smradova vezalo se

i za političke slogane te je umanjilo pozitivnost procjena tih slogana, dok se ugodno stanje vezano uz hranu prenijelo na isti način i rezultiralo pozitivnijim procjenama. Takva je interpretacija dobila potvrdu i u daljnjim strožim istraživanjima, koja su potvrdila da se prosudba riječi može klasično kondicionirati uz afektivna stanja (Zanna, Kiesler i Pilkonis, 1970.).

Premda su istraživanja utjecaja afektivnih stanja na kognicije otpočela u okviru paradigme klasičnog i instrumentalnog uvjetovanja, time istraživačka paradigma ovoga fenomena nije iscrpljena. Štoviše, efekti klasičnoga i instrumentalnoga kondicioniranja nisu ono na što danas mislimo kada se govori o utjecaju raspoloženja na ishod persuazijskoga procesa. Sva suvremena istraživanja nastoje biti što bliža stvarnim uvjetima uvjeravanja i propagande, a to onda znači, između ostalog, i uključivanje smišljene argumentacije koja ispitanika nastoji uvjeriti u prednosti stajališta koje se u argumentaciji zagovara. Čak su i neka ranija istraživanja uključivala složeniju argumentaciju. Janis i sur. (1965.) dobili su veću promjenu stava kod ispitanika koji su prilikom čitanja poruke jeli grickalice. Slični efekti dobiveni su kad je persuazivna poruka bila praćena ugodnom glazbom (Galizio i Hendrick, 1972.) ili kad je eksperimentator koji je poruku čitao stajao ispred pozadine na kojoj su bili oslikani prizori za koje se smatra da izazivaju ugodu (Biggers i Pryor, 1982.). Dribben i Brabender (1979.) inducirali su raspoloženje tako da su ispitanici proučavali rečenice koje su sastavljane tako da izazivaju određena raspoloženja te su dobili da su oni koji su proučavali "pozitivne" rečenice izražavali veću promjenu stava od onih koji su proučavali neutralne rečenice.

Rezultati ovih istraživanja potvrđuju prošireno vjerovanje da pozitivno raspoloženje olakšava persuaziju, no nisu pružila detaljniji uvid u uvjete pod kojima takvi efekti nastaju, kako se takvi efekti mogu smanjiti i mogu li se rezultati generalizirati.

Neka persuazivna poruka može se kognitivno obraditi služeći se dvjema strategijama. Strategije procesiranja rezultiraju prosudbama prezentirane poruke, što onda određuje uspjeh persuazije. Strategije procesiranja koje ćemo navesti proizlaze iz dva korespondentna modela: modela vjerojatnosti elaboracije (Petty i Cacioppo, 1986.) i modela heurističko-sistematskoga procesiranja (Chaiken, 1980.).

Prva takva strategija, koja podrazumijeva detaljnu analizu i evaluaciju sadržaja poruke, naziva se sistematsko procesiranje (Chaiken, 1980.) ili centralni put procesiranja (Petty i Cacioppo, 1986.). Druga strategija, tj. heurističko procesiranje ili periferni put procesiranja, znači ulaganje manje kognitivnoga napora, a prosudba se donosi više na temelju perifernih (tj. heurističkih) znakova. Periferni su znakovi elementi u persua-

azijskom kontekstu na koje se primatelj poruke može osloniti pri donošenju prosudbe o objektu stava, a koji ne proizlaze iz samoga sadržaja argumenata. Kao periferni znak može poslužiti način prezentacije poruke, stručnost izvora poruke, broj argumenata, komunikacijski kontekst, reakcije publike itd.

U sistematskom procesiranju valjanost i jačina argumenata osnovna su determinanta reakcije ispitanika na poruku, pa će tako jači argumenti rezultirati većom promjenom stava u odnosu na promjenu stava nakon prezentacije slabijih argumenata. Postojanje razlike u efektu što ga imaju slabi i jaki argumenti upućuje na to da je došlo do sistematskoga procesiranja (prema Petty i Cacioppo, 1996.). Periferni put persuazije, koji se oslanja na periferne znakove, neće rezultirati razlikom u efektu jačine argumenata na promjenu stava. Heurističko procesiranje ili periferni put ne oslanja se na pažljivu analizu poruke, pa zahtijeva mnogo manje kognitivnoga napora i motivacije. Da bi došlo do sistematskoga procesiranja, nužna je i motivacija i kognitivni kapacitet za procesiranje. Koja će strategija prevladati, ovisi o motivaciji i sposobnosti ispitanika.

Literatura o efektima raspoloženja na kognitivno procesiranje danas je opsežna. Nalaz koji se ponavlja jest da ljudi u pozitivnom raspoloženju nastoje pojednostavniti kognitivno procesiranje kada su u situaciji rješavanja problema ili donošenja odluke. Pri tome se oslanjaju na intuitivne i heurističke strategije radije nego na strategije koje zahtijevaju ulaganje napora (Isen i sur., 1982., prema Mackie i Worth, 1991.), pa odluke donose brže i na osnovi manjega broja informacija (Isen i Means, 1983.). Sigurniji su i u pozitivne posljedice donesene odluke (Johnson i Tversky, 1983.). Objašnjenje mehanizma u podlozi ovakvih procesa predmet je suvremenih istraživanja.

Tako je Bohner (1988.) (prema Schwarz i sur., 1991.) proveo eksperiment s korisnicima javnoga telefona u jednom nje-mačkom gradu. Kod polovice ispitanika inducirano je pozitivno raspoloženje (ti ispitanici našli su kovanicu u govornici). Prije nego što bi počeli telefonirati, ispitanicima je prilazila osoba s molbom da je puste prije reda zbog hitnoga poziva. U polovici je slučajeva ta osoba davala valjan razlog hitnosti svoga poziva, a u drugoj polovici nije. Glavni se efekt raspoloženja nije pokazao značajnim, ali je dobivena interakcija valjanosti razloga i raspoloženja. Valjanost razloga utjecala je na ispitanike kod kojih nije inducirano raspoloženje, ali nije na ispitanike kod kojih je inducirano pozitivno raspoloženje: neovisno o tome koji im je razlog bio predstavljen, ispitanici u pozitivnom raspoloženju puštali su osobu da telefonira, dok je ispitanicima u neutralnom raspoloženju za to trebao jak razlog.

Sličan eksperiment, ali u laboratorijskim uvjetima, provedli su Bless i sur. (1990.). Raspoloženje je inducirano tako da su ispitanice, studentice, zamoljene da u svrhu konstrukcije upitnika životnih događaja što detaljnije opišu neki ugodan ili neugodan događaj iz svoga života. Zatim su zamoljene da sudjeluju u istraživanju koje se bavi razumijevanjem jezika te im je puštena snimka poruke koja je sadržavala jake ili slabe argumente, a zagovarala je povišenje cijena studentskih usluga. Rezultati su pokazali da su ispitanice u negativnom raspoloženju više promijenile stav kada im je prezentirana jaka poruka nego kada im je prezentirana slaba. Ispitanice u dobru raspoloženju jednako su bile uvjerene sa slabim i s jakim argumentima i ta je promjena stava bila umjerena. To pokazuje da dobro raspoloženje rezultira manjom vjerojatnošću da će poruka biti sistematično obrađena. Osim što su izrazile svoj stav prema povišenju cijena studentskih usluga, ispitanice su bile zamoljene da procijene kvalitetu iznesenih argumenata. Te procjene nisu bile pod utjecajem raspoloženja, dakle, u obje eksperimentalne situacije slabi su argumenti bili procijenjeni znatno lošijima od jakih. U dobru raspoloženju ispitanice su bile svjesne kvalitete argumenata, ali se nisu oslanjale na njih prilikom donošenja prosudbe.

Slični rezultati dobiveni su u brojnim drugim istraživanjima, što pokazuje da je interakcija raspoloženja i snage argumenata nalaz koji je stabilan (Bless i sur., 1992.; Innes i Ahrens, 1991.; Mackie i Worth, 1989.; Worth i Mackie, 1987.). Sva ova istraživanja potvrđuju pretpostavku da raspoloženje utječe na persuaziju tako što utječe na način procesiranja. Ispitanici u lošem ili neutralnom raspoloženju poruku spontano obrađuju sistematski, za razliku od ispitanika u dobru raspoloženju.

Istraživanje koje su proveli Sinclair i sur. (1994.) pokazalo je da do efekata koji imaju pozitivno i negativno raspoloženje na procesiranje dolazi samo u slučajevima kada ispitanici nisu upozoreni na mogući izvor njihova dobrog ili lošeg raspoloženja. Objekt stava bio je cjelovit ili sumativni završni ispit na kraju studija, varirana je snaga argumenata i raspoloženje (ispitivanje je provođeno za lijepa i sunčana vremena, za koje se pretpostavlja da inducira pozitivno raspoloženje, i za kišovita i ružna vremena, što je trebalo ispitanike dovesti u negativnije raspoloženje). Jednoj je polovici ispitanika rečeno da vremenske prilike mogu utjecati na raspoloženje te su zamoljeni da procijene vremenske prilike na skali Likertova tipa. Druga polovica ispitanika nije upozorena na vremenske uvjete. Ispitanici koji su intervjuirani po lijepu vremenu, a nisu upućeni na to da svoje raspoloženje pripišu vremenskim prilikama, procesirali su periferno, tj. nije postojala razlika u promjeni stava, ovisno o snazi poruke koju su čitali. Ispitanici

koji su intervjuirani po lošem vremenu i nisu bili upućeni na vremenske prilike, pokazuju razliku u promjeni stava, ovisno o snazi poruke: ispitanici izloženi jakim argumentima promijenili su stav više od ispitanika izloženih slabim argumentima. Možemo reći da su procesirali centralno. Ta razlika u načinu procesiranja (centralno u negativnom i periferno u pozitivnom raspoloženju) gubi se kada su ispitanici bili upućeni na to da svoje raspoloženje pripišu vanjskom nevažnom uzroku, a to su vremenske prilike. Tada procesiraju centralno i u negativnom i u pozitivnom raspoloženju.

Model vjerojatnosti elaboracije i model heurističkoga / sistematskoga procesiranja predviđaju da je dubina obradbe poruke determinirana motivacijom i sposobnosti ispitanika za obradbu, a varijable kao što su osobna relevantnost objekta stava, distrakcija pri procesiranju persuazivne poruke, ponavljanje persuazivne poruke, prijašnje znanje o objektu stava mogu povećati ili smanjiti količinu obradbe. Distrakcija prilikom procesiranja persuazivne poruke uvijek smanjuje sistematsko procesiranje tako da smanjuje razliku u utjecaju jakih i slabih argumenata (Petty i Brock, 1981., prema Schwarz i sur., 1991.). Ako je pretpostavka da raspoloženje utječe na način procesiranja točna, onda bi u lošem raspoloženju distrakcija imala za posljedicu smanjivanje prednosti koju imaju jaki argument nad slabim argumentima, a u pozitivnom raspoloženju distrakcija ne bi imala očite posljedice, jer tada ionako ne dolazi do sustavne obradbe poruke. Istraživanje Blesa i sur. 1990. potvrdilo je ove pretpostavke. Budući da su formiranje ili promjena stavova i procjena kvalitete argumenata barem djelomično odvojeni procesi, može se pretpostaviti da formiranje ili promjena stavova zahtijeva nešto dublje procesiranje nego procjena iznesenih argumenata. Upravo ta činjenica objašnjava dobivene rezultate: ometanje pri procesiranju ometa dublje procesiranje, dakle promjenu stavova, ali ne utječe na mogućnost procjene snage argumenata – ispitanici su, neovisno o raspoloženju, bili kadri razlikovati jaku poruku od slabe.

Dva su moguća razloga zbog kojih ne dolazi do sistematskoga procesiranja u pozitivnom raspoloženju. Jedan je nedostatak motivacije, a drugi smanjenje kognitivnih kapaciteta. U pozitivnom raspoloženju ispitanici su skloni održavanju takva raspoloženja, preferirajući izloženost pozitivnim radije nego negativnim sadržajima i ponašanjima koja će voditi održavanju toga raspoloženja (prema Mackie i Worth, 1989.). Ako je promišljanje o nekoj temi naporan zadatak ili ako analiza poruke može rezultirati nekim negativnim informacijama, onda ispitanici u pozitivnom raspoloženju mogu biti motivirani da izbjegnu takvo procesiranje zato da bi održali svoje dobro raspoloženje (Isen i sur., 1982., prema Mackie i Worth,

1989.). Dakle, s motivacijskoga stajališta, ispitanici u pozitivnom raspoloženju nisu dovoljno motivirani za sistematsko procesiranje; oni su poruku kadri tako procesirati, ali to jednostavno ne žele. Drugo je objašnjenje vezano uz kognitivni kapacitet. Pozitivno raspoloženje aktivira veliku količinu sadržaja u memoriji, a materijal vezan uz pozitivne događaje bolje je povezan, ima više asocijacija, a i dostupniji je (prema Isen, 1987.). Laka dostupnost tih materijala i njihova prisutnost u radnoj memoriji mogu reducirati kognitivne kapacitete iz više razloga. Moguće je da dolazi do jednostavnoga "smanjenja prostora" ili do premještanja pažnje. Raspoloženje može funkcionirati kao ometajući faktor koji sprječava pažljivu obradbu poruke. Iz ove perspektive, ispitanici možda i žele procesirati sistematski, ali to ne mogu zbog nedovoljnoga kapaciteta.

Nedostatak motivacije može se prevladati dodatnim motiviranjem ispitanika u eksperimentalnoj situaciji, pa će efekti raspoloženja biti poništeni ako ispitanik ima dovoljne kognitivne kapacitete za sistematsku obradbu poruke. Nedovoljan kognitivni kapacitet može se prevladati tako da se ispitaniku ostavi dovoljno vremena za obradbu poruke. Nalazi istraživanja nisu jednoznačni: neka istraživanja idu u prilog hipotezi o nedostatku motivacije (Mitchell, 2000.; Bohner i sur., 1992.; Bless i sur., 1990.), dok druga idu u prilog hipotezi o nedostatku kognitivnih kapaciteta (Mackie i Worth, 1989.).

Negativno raspoloženje ima za posljedicu sistematsko procesiranje, a tome je u podlozi naučena reakcija analize činjenica i mogućih posljedica, koja se javlja u uobičajenim situacijama suočavanja sa stresom i neugodnim događajima što izazivaju potištenost i loše raspoloženje. Osim toga, sadržaji vezani uz neugodne događaje i neugodna raspoloženja u pamćenju su slabije povezani. Analitički način suočavanja generalizira se, dakle, i na način obradbe persuazivne poruke, što rezultira jasnom razlikom u efektu jakih i slabih argumenata na promjenu stava.

Model vjerojatnosti elaboracije predviđa da će oslanjanje na periferne znakove rasti kako sistematsko procesiranje opada. Sličan heurističko-sistematski model pod nekim uvjetima predviđa mogućnost pojave heurističkoga i sistematskoga procesiranja istodobno. Ako je motivacija za procesiranje visoka, povećan utjecaj perifernih znakova javlja se kad sistematsko procesiranje ne rezultira dovoljnim brojem informacija na osnovi kojih bismo donijeli prosudbu. Uz pretpostavku da pozitivno raspoloženje rezultira željom za pojednostavnjenjem zadatka, a negativno pažljivom analizom poruke, može se predvidjeti da će upotreba perifernih znakova u pozitivnom raspoloženju biti vjerojatnija nego u negativnom. Upotreba perifernoga znaka u tom slučaju smanjuje potrebu za

DRUŠ. ISTRAŽ. ZAGREB
GOD. 14 (2005),
BR. 3 (77),
STR. 509-529

TONKOVIĆ, M.,
ČORKALO, D.:
RASPOLOŽENJE...

ulaganjem kognitivnoga napora. Kad poruka ne sadržava dovoljno informacija da bi se na osnovi njih donijela prosudba, moguće je da će se i u negativnom raspoloženju rabiti periferni znakovi u nastojanju da ta prosudba bude što točnija.¹

Mackie i Worth (1989.) u dva su istraživanja, uz raspoloženje, manipulirale i stručnost izvora poruke, kao periferni znak. U skladu s očekivanjima, ispitanici u pozitivnom raspoloženju oslanjali su se znatno više na periferni znak od ispitanika u neutralnom raspoloženju. Ipak, utjecaj ekspertnosti izvora bio je malen i tek značajan, za što su moguća dva objašnjenja. Istaknutost perifernoga znaka mogla je biti niža u odnosu na istaknutost argumenata, jer je periferni znak ispitanicima predstavljen prije same poruke, tj. podatke o izvoru poruke ispitanici su čuli prije poruke. Zbog toga su ispitanici mogli zaboraviti na postojanje perifernoga znaka, odnosno na to tko je izvor poruke, pa su se – procjenjujući ekspertnost izvora poruke – više oslanjali na snagu argumenata koje je izvor iznosio. Drugo je objašnjenje da su se ispitanici povodili za nekim drugim perifernim znakovima, a ne za ekspertnosti izvora, kao što je npr. način prezentacije poruke. Uzrok tome može biti u uputi. Naime, ispitanicima je rečeno da prate kako delegati zastupaju mišljenja svojih birača na konferencijama, što ih je moglo usmjeriti na način izlaganja.

Bohner i sur. (1992.), suprotno opisanim nalazima, u svom su istraživanju dobili veći utjecaj perifernih znakova u depresivnom raspoloženju, kada je visoko istaknut znak bio prezentiran u kombinaciji sa samo jednom informacijom. Istraživanje je manipuliralo raspoloženjem, jačinom argumenata i snagom perifernoga znaka. Zavisne varijable bile su ispitanikova namjera da donira novac za studente invalide i iznos donacije (jaki je argument bio izgradnja ulaznih rampi za invalidska kolica, a slabi izgradnja posebne knjižnice za invalide). Ispitanicima je pokazan papir s brojem studenata koji su već donirali novac, pa je kao slab periferni znak upotrijebljen papir na kojem su bila potpisana dva studenta, a kao jak periferni znak papir na kojem je bilo potpisano 10 studenata. Kada se radilo o slabom perifernom znaku, spremnost za doniranje značajno je ovisila o jačini argumenata za ispitanike u lošem raspoloženju, ali ne i za ispitanike u pozitivnom, što je u skladu s prijašnjim nalazima. Jak periferni znak utjecao je samo na ispitanike u negativnom raspoloženju, tako da su oni bili spremniji na donaciju i davali bi veću svotu novca ako im je prezentiran jak periferni znak. U pozitivnom raspoloženju značajan utjecaj jačine znaka nije dobiven. Na ispitanike u pozitivnom raspoloženju nije utjecala ni snaga argumenata ni snaga perifernoga znaka, dok su na ispitanike u negativnom raspoloženju utjecali i snaga argumenata i snaga perifernoga znaka.

¹ Ovakva pretpostavka o utjecaju perifernih znakova u negativnom raspoloženju u nastojanju da dodemo do što većega broja informacija vrijedila bi za formiranje stavova, upravo zato što smo pri formiranju stavova motiviraniji da dodemo do što više informacija. Za situaciju promjene stavova opravdanost ovakve pretpostavke dovodimo u pitanje.

DRUŠ. ISTRAŽ. ZAGREB
GOD. 14 (2005),
BR. 3 (77),
STR. 509-529

TONKOVIĆ, M.,
ČORKALO, D.:
RASPOLOŽENJE...

Dva opisana istraživanja naizgled su proturječna, ali ako uzmemo u obzir "kriterij dovoljnosti" heurističko-sistematskoga modela (Chaiken i sur. 1989., prema Schwarz i sur., 1991.), ovi su nalazi kompatibilni. Ako sadržaj poruke nije dovoljan da se procijeni njezina valjanost, ispitanici se mogu koristiti perifernim znakovima kao dodatnim izvorima informacija. Negativno raspoloženje može povećavati sistematsku obradbu svih informacija, pa ako poruka ne sadrži dovoljno informacija, ispitanik će se koristiti i perifernim znakovima. U dobru raspoloženju ispitanici će se to prije osloniti na periferne znakove što je poruka za obradbu kompleksnija (npr. ako sadrži mnogo argumenata). Može se pretpostaviti da se utjecaj perifernih znakova smanjuje s kompleksnosti poruke u lošem raspoloženju, a raste s kompleksnosti poruke u dobru raspoloženju (prema Schwarz i sur., 1991.).

CILJ I PROBLEMI

Cilj je ovog istraživanja ispitati efekte koje imaju različita raspoloženja na dubinu procesiranja poruke, što se odražava u postojanju razlike u efektima jake i slabe poruke, te ispitati utječe li postojanje perifernoga znaka na veličinu promjene stava, ovisno o raspoloženju i snazi predstavljenih argumenata.

Pretpostavke koje se mogu deducirati iz postojećih rezultata istraživanja i teorijskih postavki jesu: promjena stava kod ispitanika u negativnom raspoloženju bit će pod utjecajem jačine argumenata, dok se taj utjecaj kod ispitanika u pozitivnom raspoloženju neće manifestirati; postojanje perifernoga znaka povećat će promjenu stava kod dobro raspoloženih ispitanika i u slučaju jake i u slučaju slabe poruke, dok će se isto dogoditi i u situaciji lošega raspoloženja, ali samo onda kada je prezentirana poruka slaba.

METODOLOGIJA

U istraživanju je upotrijebljen eksperimentalni nacrt 2 (pozitivno/negativno inducirano raspoloženje) \times 2 (jaka/slaba persuazivna poruka) \times 2 (periferni znak postoji/ne postoji) s kontrolnom grupom. Zavisna varijabla bila je stav prema razvoju i primjeni genetičkog inženjeringa.

Indukcija raspoloženja

Rezultati metaanalize relativne efikasnosti i valjanosti metoda indukcije raspoloženja (Westermann, R. i sur., 1996.) upućuju na to da je metoda prezentacije filma ili priče najefikasnija i za indukciju pozitivnog i za indukciju negativnoga raspoloženja. Sve ostale metode indukcije daju značajno slabije rezultate. Te metode treba rabiti bez posebne upute ispitanicima o tome da se pokušaju "dovesti" u željeno raspoloženje, jer tako

DRUŠ. ISTRAŽ. ZAGREB
GOD. 14 (2005),
BR. 3 (77),
STR. 509-529

TONKOVIĆ, M.,
ČORKALO, D.:
RASPOLOŽENJE...

izbjegavamo mogućnost da ispitanici daju namjerno izjave koje bi bile u skladu s očekivanjima eksperimentatora.

U skladu s tim odlučili smo se za indukciju raspoloženja prikazivanjem isječka iz filma. Predispitivanje je provedeno na 25 studenata Poslijediplomskih studija i 45 studenata četvrte godine studija psihologije Filozofskog fakulteta u Zagrebu. Za indukciju pozitivnoga raspoloženja odabran je isječak iz filma "Moj dečko se ženi", za koji svi ispitanici procjenjuju da im izaziva pozitivno raspoloženje, a prosječna procjena intenziteta toga raspoloženja na skali od 0 (izazvano raspoloženje uopće nije intenzivno) do 6 (izazvano raspoloženje izrazito je intenzivno) iznosi $M=4.64$ ($SD=0.73$). Za indukciju negativnoga raspoloženja odabran je isječak iz filma "Sofijin izbor", za koji svi ispitanici procjenjuju da im izaziva negativno raspoloženje, a prosječna procjena intenziteta toga raspoloženja iznosi $M=5.00$ ($SD=1.32$).

Persuazivna poruka

Persuazivna poruka koja je zagovarala razvoj i primjenu genetičkog inženjeringa konstruirana je postupkom u predispitivanju. U predispitivanju su sudjelovali studenti četvrte godine studija psihologije Filozofskog fakulteta u Zagrebu. Njihov je zadatak bio da procijene uvjerljivost argumenata koji zagovaraju genetički inženjering neovisno o njihovom stavu prema genetičkom inženjeringu. Argumenti su im izneseni jedan po jedan, svaki na posebnom komadu papira, a ispod svakog je bila skala za procjenjivanje uvjerljivosti koja se sastojala od 7 točaka, pri čemu je 1 značilo "argument je sasvim neuvjerljiv, slab i lako ga je pobiti", a 7 "argument je vrlo uvjerljiv, jak i teško ga je pobiti". Svaki je ispitanik procjenjivao 32 argumenta od ukupno 65 upotrijebljenih u predispitivanju, tako da je konačno svaki argument procijenilo 25 ispitanika. Na temelju tih procjena odabrano je 7 jakih i 7 slabih argumenata koje smo rabili u formiranju slabe i jake persuazivne poruke.

Prosječna procjena uvjerljivosti slabih argumenata iznosi $M=3.36$ ($SD=0.21$), a prosječna procjena uvjerljivosti jakih argumenata $M=5.77$ ($SD=0.24$). Razlika u procjenama jakih i slabih argumenata statistički je značajna ($t=20.33$, $df=12$, $p<0.0001$).

Kao periferni znak uzeta je stručnost izvora poruke. Grupi ispitanika kojoj je zadan periferni znak rečeno je tko je izvor poruke koju su čitali. "Profesor Andrew Kuo sa Stanfordskog instituta za bioinženjering u svojem je izlaganju na Konferenciji o molekularnoj biologiji održanoj u siječnju 1999. godine u Bostonu rekao (tekst koji slijedi sažetak je izlaganja)". Drugoj grupi nije predstavljen izvor poruke.

Stav

Za mjerenje stava prema ideji razvoja i primjene genetičkog inženjeringa primijenjene su četiri bipolarne skale omeđene pridjevima dobra – loša, korisna – nekorisna, poželjna – nepoželjna i pametna – glupa. Sve skale sastojale su se od 7 točaka (1-7), pri čemu je broj 4 predstavljao neutralnu točku. Postojala je i skala kojom je ispitan stupanj slaganja s idejom genetičkog inženjeringa. Sastojala se, također, od 7 točaka, pri čemu je 1 značilo "izrazito se ne slažem", a 7 "izrazito se slažem".

Ispitanici

Kao ispitanici u istraživanju sudjelovali su studenti prve, druge i treće godine studija psihologije Filozofskog fakulteta u Zagrebu. Kontrolnu skupinu činilo je 39 studenata treće godine. Eksperimentalnu skupinu kojoj je inducirano negativno raspoloženje činilo je 49 studenata prve godine studija, a eksperimentalnu skupinu kojoj je inducirano pozitivno raspoloženje 44 studenta druge godine studija.

Postupak

Istraživanje je provedeno grupno. Ispitanicima je rečeno da sudjeluju u dva istraživanja. Jedno je predispitivanje, u kojem se od njih traži evaluacija nekih komponenata filmskog isječka, s tim da je trebalo proći određeno vrijeme nakon gledanja. Drugo se istraživanje bavi ulogom nekih kognitivnih varijabli koje posreduju u donošenju socijalno važnih odluka, u ovom slučaju stava prema razvoju i primjeni genetičkog inženjeringa. Pitanja koja se tiču evaluacije isječka nalaze se na kraju upitnika. Da bi manipulacija bila uvjerljivija, u ispitivanju su sudjelovala dva eksperimentatora i ispitanicima je rečeno da mogu dobiti dva eksperimentalna sata za sudjelovanje. Nakon takve upute ispitanici su gledali filmski isječak (jedna eksperimentalna skupina isječak za indukciju pozitivnoga raspoloženja iz filma "Moj dečko se ženi", a druga isječak za indukciju negativnoga raspoloženja iz filma "Sofijin izbor") koji je trajao otprilike 3,5 minute. Nakon toga ispunjavali su upitnik. Uputom je rečeno da je cilj istraživanja ispitati ulogu nekih kognitivnih varijabli koje posreduju u procesu donošenja socijalno važnih odluka. Ispitanici su zamoljeni da pročitaju tekst u kojem je izložena ideja i osnovna načela genetičkog inženjeringa te da odgovore na pitanja koja slijede. Rečeno je i to da se na tekst, nakon što ga pročitaju, više ne vraćaju.

U upitniku se prvo nalazio tekst, tj. persuazivna poruka, o genetičkom inženjeringu, zatim skale za mjerenje stava, skale za evaluaciju upotrijebljenih argumenata u tekstu i na kraju pitanja o odgledanom isječku.

Nakon što su svi ispitanici završili s radom, proveden je postupak objašnjenja prave svrhe eksperimenta ("debriefing").

U svakoj eksperimentalnoj skupini ispitanici su bili podijeljeni u četiri skupine. Jedna skupina dobila je persuazivnu poruku s jakim argumentima i perifernim znakom, druga s jakim argumentima i bez perifernoga znaka, treća sa slabim argumentima i perifernim znakom, a četvrta sa slabim argumentima i bez perifernoga znaka.

Za provjeru manipulacije raspoloženja na kraju je, u sklopu pitanja o ulomku, postavljeno i pitanje: kakvo je bilo vaše raspoloženje nakon što ste odgledali filmski ulomak, a ispitanici su odgovorili na skali od 1 do 7, pri čemu je 1 značilo "negativno", a 7 "pozitivno".

Ispitanici su procjenjivali i upotrijebljene argumente na četiri bipolarne skale sa sedam uporišnih točaka omeđene prijevima nerazumljivi – razumljivi, neuvjerljivi – uvjerljivi, slabi – snažni i loši – dobri.

Zadatak ispitanika u kontrolnoj skupini bio je da ispune upitnik u kojem su izražavali stavove o nekim novim tehnologijama. Upotrijebljene su iste skale evaluacije i stupnja slaganja kao i u eksperimentalnim skupinama. Stav prema razvoju i primjeni genetičkog inženjeringa uklopljen je u to ispitivanje stavova prema drugim modernim tehnologijama (razvoj i primjena informatike i računala, nuklearne energije za mirnodopsku upotrebu, poljoprivrednih pesticida, metoda zaštite okoliša i dobrovoljno davanje krvi). Ispitanicima u kontrolnoj skupini rečeno je da sudjeluju u predispitivanju koje ima za cilj ispitati stavove studenata o nekim novim tehnologijama. U istraživanju je upotrijebljena kontrolna grupa, kako bismo dobili veličinu inicijalnoga stava i tako mogli procijeniti veličinu promjene stava ispitanika u eksperimentalnim skupinama nakon prezentiranja persuazivne poruke.

REZULTATI

Provjera manipulacije nezavisnih varijabli

Provjera manipulacije induciranoga raspoloženja

Provjera manipulacije raspoloženja pokazuje da je ona uspješna. Prosječna procjena izazvanoga raspoloženja nakon odgledanog isječka iz filma, na skali od 1 do 7, pri čemu 1 označuje negativno, a 7 pozitivno raspoloženje, u situaciji indukcije negativnoga raspoloženja iznosi $M=1.57$, $SD=0.79$, $N=49$, a u situaciji indukcije pozitivnoga raspoloženja $M=6.20$, $SD=0.88$, $N=44$. Ta je razlika statistički značajna, $t=27.50$, $df=91$, $p<0.01$.

Provjera manipulacije snage poruke

Zadatak ispitanika bio je i da procjene argumente koji su upotrijebljeni u tekstu, i to na bipolarnim skalama sa 7 uporišnih

točaka omeđenih pridjevima "nerazumljivi – razumljivi", "neuvjerljivi – uvjerljivi", "slabi – snažni" i "loši – dobri".

Ispitanici ne procjenjuju razumljivost argumenata različito u slučaju jake i slabe poruke ($t=0.39$, $df=91$, $p>0.05$), ali procjenjuju argumente sadržane u slaboj poruci značajno neuvjerljivijima ($t=3.47$, $df=91$, $p<0.01$), slabijima ($t=4.02$, $df=91$, $p<0.01$) i lošijima ($t=3.07$, $df=91$, $p<0.01$) od argumenata sadržanih u jakoj poruci. Takav je nalaz u skladu s našim očekivanjima i pokazuje da je snaga poruke uspješno manipulirana. U slučaju da su slaba i jaka poruka na skali nerazumljivi – razumljivi procijenjene značajno drugačije, različite procjene kvalitete argumenata (neuvjerljivi – uvjerljivi, slabi – snažni, loši – dobri), kada je riječ o slaboj i jakoj poruci, mogli bismo pripisati njihovoj razumljivosti.

Nadalje, obradba je uključivala varijablu raspoloženja, jer nas je zanimalo da li ispitanici ovisno o svom raspoloženju različito procjenjuju "kvalitetu" prezentiranih argumenata. Prijašnja istraživanja upućuju na to da ispitanici, neovisno o raspoloženju, jaku i slabu poruku uspješno razlikuju kada su zamoljeni da procijene argumente koje je ona sadržavala. Iako je u pozitivnom raspoloženju stav ispitanika bio neovisan o jačini poruke, oni su ipak bili kadri reći koja je poruka bila jača.

Kao mjeru "kvalitete" argumenta uzeli smo linearnu kombinaciju rezultata na skalama neuvjerljivi – uvjerljivi, slabi – snažni i loši – dobri. Međusobne korelacije tih skala jesu reda veličine $r=0.70$, korelacije s ukupnim rezultatom reda veličine 0.85.

Skala nerazumljivi – razumljivi kvalitativno je drugačija od ostalih i ima najmanju korelaciju s ostalim skalama ($r=0.31$ s uvjerljivosti, 0.29 sa snagom, 0.28 sa skalom loši – dobri i 0.55 sa ukupnim rezultatom), pa pri računanju procjene "kvalitete" argumenata nije uzimana u obzir.

Mogući raspon rezultata kreće se od 3 do 21.

Složena analiza varijance pokazuje značajan samo glavni efekt snage argumenata ($F(1,85)=14.757$, $p<0.01$). Slabi argumenti ($M=12.69$) procjenjuju se statistički značajno slabijima od jakih argumenata ($M=15.79$).

● **TABLICA 1**
 Procjena snage argumenata po pojedinim eksperimentalnim skupinama (aritmetičke sredine (M), standardne devijacije (SD) i broj ispitanika (N))

Raspoloženje	Snaga argumenata											
	Slabi						Jaki					
	Periferni znak Da			Periferni znak Ne			Periferni znak Da			Periferni znak Ne		
	M	SD	N	M	SD	N	M	SD	N	M	SD	N
Negativno	11.08	3.92	12	12.23	3.59	13	15.64	3.88	11	15.62	3.48	13
Pozitivno	13.83	3.54	12	14.13	4.26	8	15.50	3.34	12	16.42	3.73	12

Utjecaj raspoloženja, snage poruke i perifernoga znaka na promjenu stava

Kao mjera stava uzeta je linearna kombinacija rezultata na 5 skala kojima smo mjerili stav. Mogući raspon rezultata kreće se od 5 do 35.

Trosmjerna analiza varijance pokazala je značajan glavni efekt snage poruke ($F(1,85) = 10.814$, $p < 0.01$). Ispitanici koji su čitali jaku poruku iskazali su pozitivniji stav prema ideji razvoja i primjene genetičkog inženjeringa ($M = 26.56$) od ispitanika koji su čitali slabu poruku ($M = 22.58$). Glavni efekti raspoloženja i postojanja perifernoga znaka nisu značajni, kao ni jedna interakcija.

● **TABLICA 2**

Stav ispitanika po pojedinim eksperimentalnim skupinama (aritmetičke sredine (M), standardne devijacije (SD) i broj ispitanika (N))

Raspoloženje	Snaga argumenata											
	Slabi						Jaki					
	Periferni znak Da			Periferni znak Ne			Periferni znak Da			Periferni znak Ne		
	M	SD	N	M	SD	N	M	SD	N	M	SD	N
Negativno	20.67	7.06	12	22.54	5.06	13	25.82	4.40	11	26.15	7.83	13
Pozitivno	23.67	4.01	12	23.88	5.46	8	27.17	4.88	12	27.08	4.72	12
Kontrolna skupina	M	SD	N									
	24.44	6.95	39									

● **TABLICA 3**

Rezultati trosmjerne analize varijance stava ispitanika za eksperimentalni nacrt 2 (pozitivno/negativno raspoloženje) x 2 (slaba/jaka poruka) x 2 (periferni znak postoji/ne postoji)

Izvor varijabiliteta	df	F	p
Raspoloženje	1	1.976	.163
Snaga poruke	1	10.814	.001
Periferni znak	1	0.246	.621
Raspoloženje X snaga poruke	1	0.191	.663
Raspoloženje X periferni znak	1	0.196	.659
Snaga poruke X periferni znak	1	0.151	.699
Raspoloženje X snaga poruke X periferni znak	1	0.070	.792

RASPRAVA

Premda očekivan, glavni efekt raspoloženja nije se pokazao značajnim. Ispitanici kod kojih je inducirano pozitivno raspoloženje iskazali su nešto pozitivniji stav prema ideji razvoja i primjene genetičkog inženjeringa ($M = 25.59$) od ispitanika kontrolne grupe ($M = 24.44$) i od ispitanika kojima je inducirano negativno raspoloženje ($M = 23.78$), no ove razlike nisu značajne ($F(1,85) = 1.976$; $p > 0.05$). Nadalje, analiza varijance pokazala je značajnu razliku u stavu ispitanika koji su čitali jaku ($M = 26.56$) i slabu ($M = 22.58$) poruku ($F(1,85) = 10.814$; $p < 0.01$). Taj je efekt očekivan, premda je zanimljiv podatak da je stav prema ideji razvoja i primjene genetičkog inženjeringa negativniji kada su ispitanicima prezentirani slabi argumenti nego

kada im poruka uopće nije prezentirana (kontrolna grupa: $M=24.44$). Treba istaknuti da se u našem istraživanju pokušalo djelovati na promjenu već gotovo sigurno formiranih stavova, pa je moguće da uvjeravanje ispitanika u negativnom raspoloženju, kao i uvjeravanje slabim argumentima, rezultira otporom i pomakom stava u smjeru suprotnom od onoga koji se zagovarao u poruci.

Interakcija raspoloženja i snage poruke nije značajna ($F(1,85)=0.191$; $p>0.05$).

Većina istraživanja s ovoga područja pokazuje konzistentne rezultate. Očekivano je da će ispitanici u negativnom raspoloženju poruku procesirati centralno, tj. da će postojati razlika u stavu onih ispitanika koji su čitali jake argumente i onih ispitanika koji su čitali slabe argumente. Nadalje, očekivali smo da ispitanici u pozitivnom raspoloženju ne iskazuju različite stavove ovisno o tome kakvu su poruku čitali.

Naši rezultati, međutim, pokazuju da ispitanici i u pozitivnom i u negativnom raspoloženju razlikuju slabe argumente od jakih, pa možemo zaključiti da se kod oba raspoloženja javilo centralno procesiranje.

Za objašnjenje dobivenih rezultata može se navesti nekoliko pretpostavki, koje, međutim, svakako valja provjeriti.

Može se pretpostaviti da su formiranje i promjena stavova procesi u podlozi kojih su barem djelomično različiti mehanizmi. Istraživanja koja se navode u literaturi često rabe objekte stava kojima je možda lakše manipulirati (uvođenje mjera kontrole nad kiselim kišama, Mackie i Worth, 1989.; spremnost na donaciju novca, Bohner i sur., 1992.; uvođenje završnog ispita na studiju, Sinclair i sur., 1994.; spremnost na ustupanje mjesta u redu, Bohner, 1988.), jer ispitanici o njima često ne moraju imati prethodno eksplicitno formirano mišljenje. U ovom smo istraživanju kao objekt stava rabili primjenu i razvoj genetičkog inženjeringa, što je svakako kontroverzna tema koja otvara mnoga etička pitanja. Čak i ako ispitanici nemaju jasno formiran stav o genetičkom inženjeringu, vrlo je vjerojatno da se mogu odrediti prema pitanjima etičnosti takvih istraživanja, a upravo to i jest predmet čestih rasprava. Dakle, možemo pretpostaviti da smo u ovom istraživanju pokušali mijenjati stavove, a ne formirati ih, dok se za objekte stava u nekim drugim istraživanjima zaista može postaviti pitanje je li riječ o pseudostavovima ili pravim, dobro formiranim, stavovima. Tako tendencija ispitanika da u negativnom raspoloženju nakon prezentiranja uvjeravajuće poruke iskazuju negativniji stav od kontrolne grupe može biti objašnjena otporom prema svakom uvjeravanju u negativnom raspoloženju. Valja reći i da je u nekima od navedenih istraživanja stav odmjeren tek indirektno, odnosno da je mjerena bihevioralna namjera (spremnost na doniranje novca, Bohner

DRUŠ. ISTRAŽ. ZAGREB
GOD. 14 (2005),
BR. 3 (77),
STR. 509-529

TONKOVIĆ, M.,
ČORKALO, D.:
RASPOLOŽENJE...

i sur., 1992.; spremnost na ustupanje mjesta u redu, Bohner, 1988.), pa se može postaviti pitanje je li riječ o utjecaju raspoloženja na stavove ili na neke druge oblike reagiranja.

Moguć je zaključak i da pri pokušaju promjene stavova raspoloženje nije važna determinanta. Zato je pokušaj promjene već formiranih stavova rezultirao centralnim putem procesiranja i tako jasnom razlikom u stavu ispitanika ovisno o jačini prezentiranih argumenata i u pozitivnom i u negativnom raspoloženju.

U našem je istraživanju ispitanicima rečeno da je cilj ispitati neke kognitivne varijable koje posreduju u donošenju socijalno važnih odluka. Takva uputa u kojoj se spominju "socijalno važne odluke" mogla je usmjeriti ispitanike na sistematsko procesiranje, što je onda prevladalo na utjecaj raspoloženja, pa je moguće da zbog toga rezultati i u pozitivnom i u negativnom raspoloženju upućuju na sistematsko procesiranje. (Upućivanje na važnost genetičkog inženjeringa u smislu donošenja socijalno važne odluke moglo je povećati motivaciju ispitanika i na taj način potaknuti sistematsko procesiranje.)

Naše istraživanje nije kontroliralo motivaciju i kognitivni kapacitet ispitanika. Vrijeme čitanja poruke nije bilo ograničeno, pa je na taj način eventualni ograničeni kognitivni kapacitet mogao biti prevladan (jer se pokazalo da ako se ispitanicima u pozitivnom raspoloženju ostavi na raspolaganju vremena koliko hoće, oni procesiraju centralno, tj. razlikuju jake argumente od slabih, što podupire pretpostavku o ograničenom kognitivnom kapacitetu kao uzroku perifernoga procesiranja u pozitivnom raspoloženju; Mackie i Worth, 1989.). Uglavnom su svi ispitanici završili s ispunjavanjem upitnika istodobno i nije se mogla primijetiti razlika u vremenu provedenom u čitanju poruke između eksperimentalne skupine kojoj je inducirano dobro raspoloženje i eksperimentalne skupine kojoj je inducirano loše raspoloženje. Zato smatramo da prevladavanje kognitivnog ograničenja vremenski dužim iščitavanjem poruke u pozitivnom raspoloženju nije ono što je dovelo do centralnoga procesiranja. Važnijim faktorom smatramo motivaciju ispitanika. Istraživanje koje su proveli Bless i sur. (1990.) pokazuje da je dovoljno ispitanike samo usmjeriti na argumente u poruci pa da se efekt pozitivnoga raspoloženja izgubi. Ako i vrijedi hipoteza o kognitivnom kapacitetu, da bi ga ispitanici prevladali, moraju biti motivirani. Model vjerojatnosti elaboracije smatra motivaciju preduvjetom za centralno procesiranje. Kao što je navedeno, naši su ispitanici mogli biti dodatno motivirani uputom, pa je to jedno od mogućih objašnjenja dobivenih rezultata, što svakako valja provjeriti.

Dobivene rezultate možemo promatrati i u svjetlu hipoteze o kognitivnom podešavanju (eng. "cognitive tuning") (Schwarz,

1990., prema Sinclair i sur., 1994.). Prema toj hipotezi, kognitivno se procesiranje mijenja ovisno o povratnoj informaciji iz okoline, pa će negativno raspoloženje biti znak za potrebu za centralnim procesiranjem, a pozitivno neće signalizirati potrebu za promjenom perifernoga načina u centralni. To se događa onda kada izvor raspoloženja (pogrešno) pripisujemo persuazivnoj poruci. Kada je uzrok raspoloženja istaknut i kada su ispitanici upozoreni na njega, tj. kada ga pripisuju vanjskom – za situaciju nevažnom – uzroku, efekt raspoloženja gubi se i poruka se procesira centralno, neovisno o raspoloženju. Ispitanici u našem istraživanju nisu bili izravno upozoreni na izvor raspoloženja niti su imali razloga razmišljati o svom raspoloženju (pitanje koje je provjeravalo uspješnost manipulacije raspoloženja nalazilo se na kraju upitnika, a rečena svrha gledanja filma bila je evaluacija nekih komponenata filmskog isječka), ali ostaje mogućnost da zbog toga što su bili svjesni uzroka svoga raspoloženja ono nije utjecalo na procesiranje. Čini se da je sklonost centralnom procesiranju u negativnom raspoloženju puno otpornija na utjecaj vanjskih faktora nego što je to sklonost perifernom procesiranju u pozitivnom raspoloženju (ono se može regulirati uputom).

Prema hipotezi o hedonističkoj kontingenciji (Wegener, Petty i Smith, 1995.), ljudi u pozitivnom raspoloženju, više nego ljudi u negativnom raspoloženju, vode računa o hedonističkim posljedicama svojih postupaka. Do centralnoga procesiranja u pozitivnom raspoloženju može doći onda kada se očekuje da će kognitivna obradba biti poticaj još pozitivnijem raspoloženju ili kada sadržaj poruke ne ugrožava postojeće raspoloženje. U našem je istraživanju poruka sadržavala samo pozitivne posljedice koje može imati primjena genetičkog inženjeringa (npr. podaci o tome na koje se sve načine genetički inženjering može rabiti u medicini za liječenje zaraznih i nasljednih bolesti), bez spominjanja negativnih implikacija te tehnologije. Možemo pretpostaviti da poruka koju su čitali ispitanici nije ugrožavala njihovo raspoloženje i da ispitanici u pozitivnom raspoloženju nisu imali razloga izbjegavati pažljivo procesiranje poruke.

Utjecaj perifernoga znaka na promjenu stava

U istraživanje smo uključili i varijablu postojanja perifernoga znaka. Očekivano je da će postojanje perifernoga znaka povećati persuaziju u dobrom raspoloženju i za jake i za slabe argumente, a u negativnom samo za slabe argumente, jer će ti ispitanici uključiti sve moguće informacije u donošenje svoje prosudbe, a kad je poruka sama nedovoljan izvor informacija, moguće je da će se osloniti i na periferni znak.

Ne postoji statistički značajna razlika u stavu ispitanika koji su čitali poruku s perifernim znakom ($M=24.30$), ispitanika

koji su čitali poruku bez perifernoga znaka ($M=24.98$) i ispitanika kontrolne grupe ($M=24.44$). Dakle, postojanje perifernoga znaka nije imalo efekta na promjenu stava ($F(1,85)=0.246$; $p>0.05$).

Procjena argumenata

Provjera manipulacije snage poruke uobičajen je dio istraživanja koja uključuju različitu snagu argumenata.

Argumenti su procjenjivani na četiri skale: razumljivi – nerazumljivi, jaki – slabi, uvjerljivi – neuvjerljivi i dobri – loši. Procjena argumenata razlikuje se na svim skalama, osim na skali razumljivi – nerazumljivi (M slabe poruke = 6.07, M jake poruke = 6.08). Na svim su ostalim skalama jaki argumenti i procijenjeni kao jači, uvjerljiviji i bolji od slabih argumenata. Od te tri skale formiran je kompozitni rezultat, koji je predstavljao procjenu kvalitete argumenata (M za slabu poruku = 12.69, M za jaku = 15.79). Razlika u procjeni jake i slabe poruke u korist jake zasigurno se ne može pripisati razlici u njihovoj razumljivosti.

Ispitanici u pozitivnom i negativnom raspoloženju ne procjenjuju značajno različito prezentirane argumente. Složena analiza varijance pokazala je značajan samo efekt snage poruke na procjenu kvalitete argumenata ($F(1,85)=14.757$, $p<0.01$). Interakcija snage poruke i raspoloženja nije značajna ($F(1,85)=1.651$, $p>0.05$), premda je razlika u procijenjenoj kvaliteti argumenata manja u pozitivnom raspoloženju (M za jake argumente je 15.96, a M za slabe argumente 13.95) nego u negativnom (M za jake argumente je 15.63, a M za slabe argumente 11.68). U literaturi nalazimo podatke o tome da ispitanici razlikuju kvalitetu poruke kada ih se to pita i u pozitivnom i u negativnom raspoloženju, ali u pozitivnom raspoloženju ne oslanjaju se na poruku u donošenju prosudbe o objektu stava. Dobiveni rezultati idu u prilog tome, što je očekivano, pogotovo zato što je i u pozitivnom i u negativnom raspoloženju došlo do različite promjene stava, ovisno o snazi prezentiranih argumenata (tj. do centralnoga procesiranja).

ZAKLJUČAK

Provedeno istraživanje pokazalo je da do centralnoga procesiranja dolazi i u negativnom i u pozitivnom raspoloženju. Snaga poruke pokazala se jedinom značajnom determinantom promjene stava, i to tako da su ispitanici koji su čitali jaku poruku stav promijenili u zagovaranom smjeru. Inducirano raspoloženje, kao i postojanje perifernoga znaka, nisu utjecali na promjenu stava.

Čini nam se da naše istraživanje upućuje na potrebu da se provjere postavke utjecaja raspoloženja na promjenu stava. Istaknuli smo mogućnost da je raspoloženje važna determi-

nanta u formiranju, ali ne i u promjeni stava, pa provjera ove postavke može biti važno polazište za daljnja istraživanja.

LITERATURA

- Biggers, T., Pryor, B. (1982.), Attitude change: A function of emotion-eliciting qualities of environment. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 8, 94-99.
- Bless, H., Bohner, G., Schwarz, N. & Strack, F. (1990.), Mood and persuasion: A cognitive response analysis. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 16, 331-345.
- Bless, H., Mackie, D. M., Schwarz, N. (1992.), Mood effects on encoding and judgmental processes in persuasion. *Journal of Personality and Social Psychology*, 63, 585-595.
- Bohner, G., Crow, K., Erb, H. & Schwarz, N. (1992.), Affect and persuasion: Mood effects on the processing of message content and context cues and on subsequent behaviour. *European Journal of Social Psychology*, 22, 511-530.
- Carlson, M., Charlin, V., Miller, N. (1988.), Positive mood and helping behavior: A test of six hypotheses. *Journal of Personality and Social Psychology*, 55, 211-229.
- 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, 752-766.
- Čorkalo, D. (1997.), *Mijenjaju li se stavovi racionalno: provjera postavki modela vjerojatnosti elaboracije*. Doktorska disertacija. Zagreb: Odsjek za psihologiju, Filozofski fakultet.
- Dribben, E., Brabender, V. (1979.), The effect of mood inducement upon audience receptiveness. *Journal of Social Psychology*, 107, 135-136.
- Galizio, M., Hendrick, C. (1972.), Effect of musical accompaniment on attitude: The guitar as a prop for persuasion. *Journal of Applied Social Psychology*, 2, 350-359.
- Innes, J. M., Ahrens, C. R. (1991.), Positive mood, processing goals and the effects of information on evaluative judgment. U: Joseph P. Forgas (ur.), *Emotion and social judgments*. Oxford: Pergamon Press.
- Isen, A. M., Means, B. (1983.), The influence of positive affect on decision making strategy. *Social Cognition*, 2, 18-31.
- Isen, A. M. (1987.), Positive affect, cognitive processes, and social behavior. U: L. Berkowitz (ur.), *Advances in experimental social psychology*, 20, 203-253.
- Janis, I. L., Kaye, D., Kirschner, P. (1965.), Facilitating effect of "eating while reading" on responsiveness to persuasive communications. *Journal of Personality and Social Psychology*, 1, 181-186.
- Johnson, E. J., Tversky, A. (1983.), Affect, generalization, and the perception of risk. *Journal of Personality and Social Psychology*, 1, 181-186.
- Kardum, I. (1993.), *Mjerenje i struktura raspoloženja. Godišnjak zavođa za psihologiju*. Rijeka: Pedagoški fakultet Sveučilišta u Rijeci.
- Mackie, D. M., Worth, L. T. (1989.), Processing Deficits and the Mediation of Positive Affect in Persuasion. *Journal of Personality and Social Psychology*, 57 (1), 27-40.

DRUŠ. ISTRAŽ. ZAGREB
GOD. 14 (2005),
BR. 3 (77),
STR. 509-529

TONKOVIĆ, M.,
ČORKALO, D.:
RASPOLOŽENJE...

Mackie, D. M., Worth, L. T. (1991.), Feeling good, but not thinking straight: the impact of positive mood on persuasion. U: Joseph P. Forgas (ur.), *Emotion and social judgments*. Oxford: Pergamon Press.

Mitchell, M. M. (2000.), Able but not Motivated? The Relative Effects of Happy and Sad Mood on Persuasive Message Processing. *Communication Monographs*, 67(2), 215-226.

Oatley, K., Jenkins, J. M. (2003.), *Razumijevanje emocija*. Jastrebarsko: Naklada Slap.

Petty, R. E., Cacioppo, J. T. (1986.), The elaboration likelihood model of persuasion. U: L. Berkowitz (ur.), *Advances in experimental social psychology*, 19, 123-205.

Petty, R. E., Cacioppo, J. T. (1996.), *Attitudes and Persuasion: Classic and Contemporary Approaches*. Oxford: Westview Press, Inc., A Division of HarperCollins Publishers, Inc.

Razran, G. H. S. (1940.), Conditioned response changes in rating and appraising socio-political slogans. *Psychology Bulletin*, 37, 481.

Schwarz, N., Bless, H., Bohner, G. (1991.), Mood and persuasion: affective states influence the processing of persuasive communications. U: M. Zanna (ur.), *Advances in experimental social psychology*, 24, 161-199.

Sinclair, R. C., Mark, M. M., Clore, G. L. (1994.), Mood-related persuasion depends on (mis)attributions. *Social Cognition*, 12 (4), 309-329.

Wegener, D. T., Petty, R. E., Smith, S. M. (1995.), Positive mood can increase or decrease message scrutiny: The hedonic contingency view of mood and message processing. *Journal of Personality and Social Psychology*, 69, 5-15.

Westermann, R., Spies, K., Stahl, G., Hesse, F. W. (1996.), Relative effectiveness and validity of mood induction procedures: a meta-analysis. *European Journal of Social Psychology*, 26, 557-580.

Worth, L. T., Mackie, D. M. (1987.), Cognitive mediation of positive affect in persuasion. *Social Cognition*, 5, 76-94.

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, 321-328.

Mood as a Determinant of Attitude Change

Mirjana TONKOVIĆ, Dinka ČORKALO
Faculty of Philosophy, Zagreb

The goal of this research was to examine the effects of positive and negative mood on message processing, reflected in the difference that strong and weak messages have on attitude change. It was also examined how the presence of peripheral cue combined with a strong vs. weak message influences attitude change in positive and negative

DRUŠ. ISTRAŽ. ZAGREB
GOD. 14 (2005),
BR. 3 (77),
STR. 509-529

TONKOVIĆ, M.,
ČORKALO, D.:
RASPOLOŽENJE...

mood. The experiment was a 2 (mood: positive or negative) x 2 (message quality: weak or strong) x 2 (peripheral cue present or without peripheral cue) between-subjects factorial design with control group. The subjects were 132 psychology students. Results have indicated that both positive and negative moods lead to systematic processing. Message strength was the only significant determinant of attitude change. The subjects who read a strong message changed the attitude in the pleaded direction. Neither induced mood nor the presence of peripheral cue, had any impact on attitude change.

Gemütsverfassung als Determinante der Meinungsänderung

Mirjana TONKOVIĆ, Dinka ČORKALO
Philosophische Fakultät, Zagreb

Mit dieser Untersuchung sollten die Auswirkungen verschiedener Gemütszustände auf die Tiefe der Stimulusverarbeitung (Verarbeitung einer Aussage) erforscht werden; in diesem Sinne ist von den Effekten starker und schwacher Stimuli (Aussagen) die Rede. Des Weiteren wollte man herausfinden, ob das Bestehen eines peripheren Zeichens das Ausmaß der Meinungsänderung je nach Gemütszustand und Überzeugungskraft der präsentierten Argumente beeinflussen kann. An der Untersuchung nahmen 132 Psychologiestudenten teil, deren Aussagen mit denen einer Kontrollgruppe verglichen wurden. Die im Experiment wirksamen Faktoren waren im Verhältnis 2 x 2 x 2 angelegt: positiv / negativ induzierte Gemütsverfassung x Aussage von starker / schwacher Überzeugungskraft x bestehendes / nicht bestehendes peripheres Zeichen. Die Untersuchung zeigte, dass es sowohl bei negativer als auch positiver Stimmung zur systematischen Stimulusverarbeitung kommt. Die Überzeugungskraft einer jeweils aufgenommenen Aussage erwies sich als einzige bedeutende Determinante der Meinungsänderung, da die Befragten nämlich, die eine Aussage von starker Überzeugungskraft lasen, ihre Meinung in der suggerierten Richtung veränderten. Die induzierte Gemütsverfassung wie auch ein jeweils bestehendes peripheres Zeichen hatten keinerlei Einfluss auf die Wahrung oder Änderung einer Einstellung.