

PSIHOLOGIJA JAVNOG MNJENJA

22. MART 2024.

Promena i otpornost stavova

Persuazija



PODSEĆANJE

- **Šta je stav?**

- trajni sistemi pozitivnog ili negativnog **ocenjivanja, osećanja** i tendencije da se preduzme **akcija** za ili protiv, a u odnosu na različite objekte

- **Tri komponente stava:**

- Kognitivna (uverenja, znanja, shvatanja o objektu stava)
- Afektivna (osećanja vezana za objekat stava)
- Konativna/ponašajna (tendencija da se preduzme neka akcija u odnosu na objekat stava)

- **Poreklo stavova:**

- Kognitivno zasnovani
- Emocionalno zasnovani
- Ponašajno zasnovani (bazirani na ponašanju)



Današnja tema

- **Promena stava i persuazija**
 - Teorija kognitivne disonance
 - Jejski pristup
 - Centralni i periferni put ubeđivanja
 - Emocije i promena stava
- **Otpornost na promenu stava**
 - Inokulacija i reaktansa
- **Previđanje ponašanja na osnovu stava**



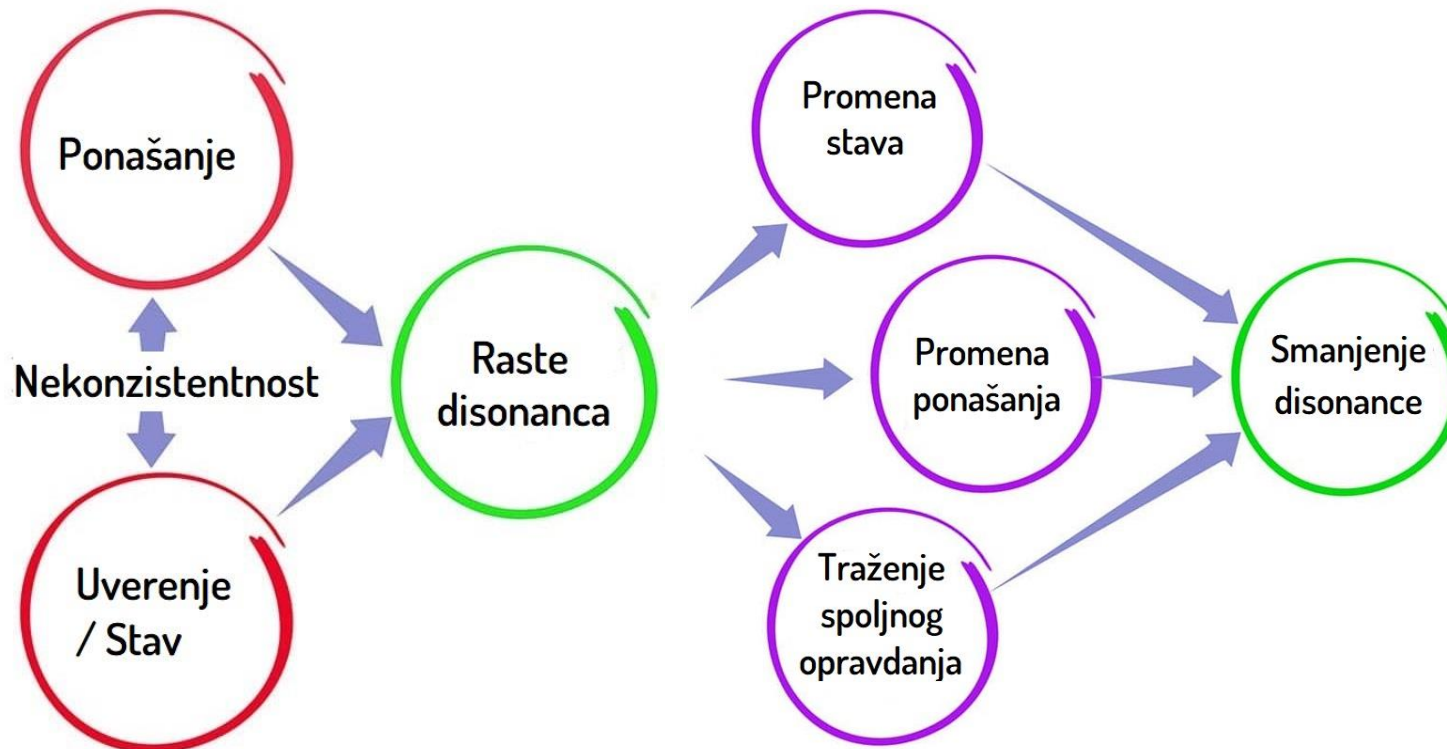
Promena stavova i persuazija

- **Persuazija ili ubeđivačka komunikacija**
 - proces ubeđivanja, odnosno nagovaranja osobe/a na usvajanje određenih stavova, uverenja i vrednosti, kao i na određeno ponašanje
 - uključuje različite postupke od *ličnog uveravanja* (“1 na 1”), preko *reklamnih poruka* (ekonomskih, političkih...), do *složenih kampanja* i *društvenih akcija*



Promena stavova: Teorija kognitivne disonance

- Ponašanje suprotno stavu dovodi do nesklada koji se rešava ili promenom ponašanja ili promenom stava (ili traženjem spoljašnjeg izgovora/opravdanja za ponašanje)



Promena stavova:

Teorija kognitivne disonance

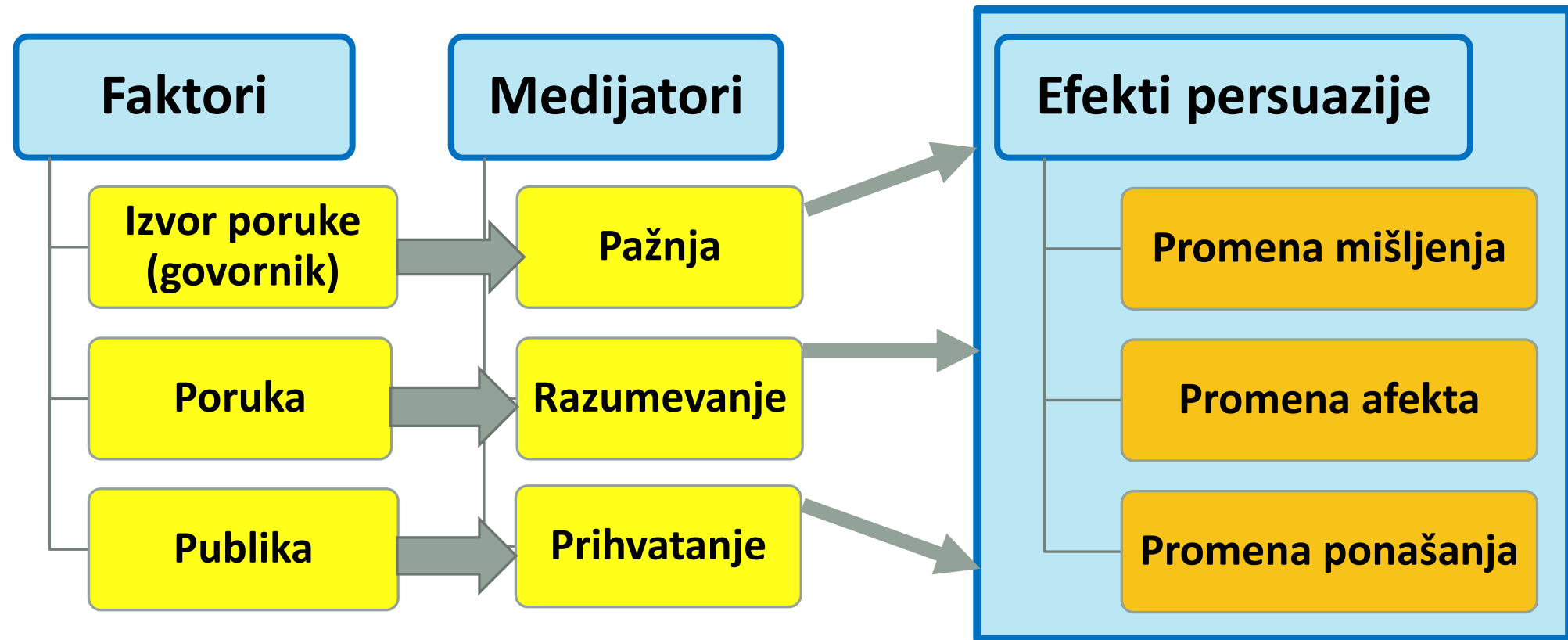
- Ponašanje suprotno stavu dovodi do nesklada koji se rešava ili promenom ponašanja ili promenom stava (ili traženjem spoljašnjeg izgovora/opravljanja za ponašanje)
- **kada nema spoljašnjeg opravdanja** kojim bi se objasnilo nekonzistentno ponašanje, ljudi mogu promeniti stav i to tako što će tražiti **unutrašnje opravdanje**: „Ako sam to rekao/uradio, možda možda ipak imam drugačiji stav?!“
- Delotvorno kada menjate stav jedne ili manjeg broja osoba
- Stavovi bazirani na ponašanju - nestabilni

■ PRIMER:

- Volite izlaske i provod, a vaš partner/partnerka ne voli kasne izlaske u zadimljene kafiće i gužvu
 - Opcija 1: osoba od vas to očekuje i vi odustajete zato što ne želite da izgubite tu osobu – spoljašnje opravdanje; nema promene stava, samo ponašanja
 - Opcija 2: partner to ne traži od vas, a vi ipak zaključite da želite da odustanete od kasnih izlazaka – nema spoljašnjeg opravdanja; mora se promeniti stav (“to ionako nije zdravo”; “ma moram se naspavati”, “ionako je muzika u XXX kafiću sve gora i gora”. . .)

Promena stavova:

Jejlski pristup promeni stava



Promena stavova: Jejlski pristup promeni stava

- **Hovland i saradnici (1953)** – Yale University: *Ko kaže? Šta? Kome?*

- Izvor poruke tj. govornik:

- **Uverljivost**

- Stručnost
- Osoba koja ne okleva dok priča
- Osoba koja brzo govori
- Osoba koja gleda ravno u oči
- Zagovaranje pozicije suprotne sopstvenim interesim

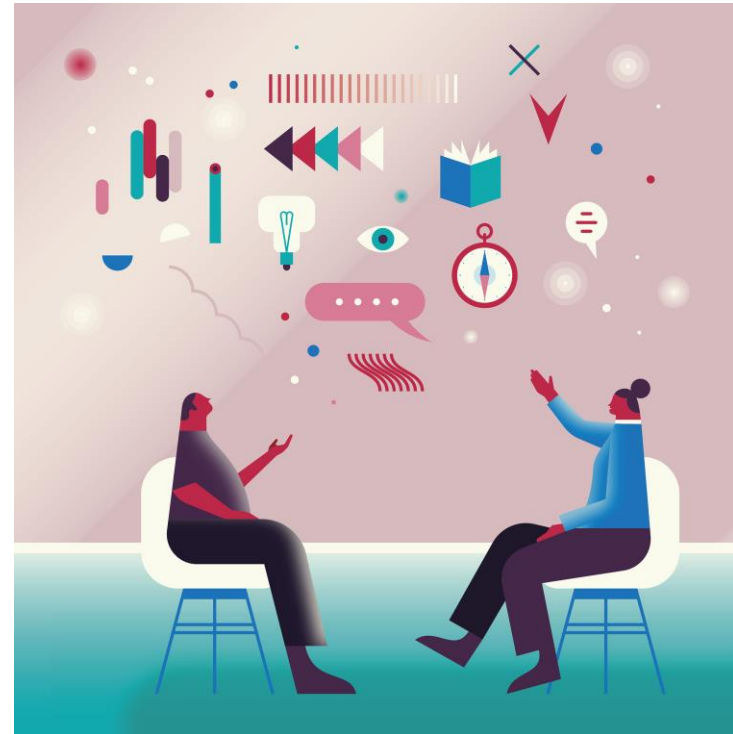
- **Privlačnost**

- Popularne javne ličnosti
- Fizički atraktivni govornici
- Sličnost sa primaocem poruke



Promena stavova: Jejlski pristup promeni stava

- **Hovland i saradnici (1953)** – Yale University: *Ko kaže? Šta? Kome?*
 - **Priroda komunikacije tj. poruka:**
 - Jednostrana/dvostrana poruka
 - Kvalitet argumenata
 - Redosled govornika (prvi i poslednji)



Promena stavova: Jejlski pristup promeni stava

- **Hovland i saradnici (1953)** – Yale University: *Ko kaže? Šta? Kome?*
 - **Publika:**
 - Interes i interesovanje
 - Informisanost o temi
 - Ometanje publike
 - Nisko samopoštovanje
 - Uzrast



Promena stavova:

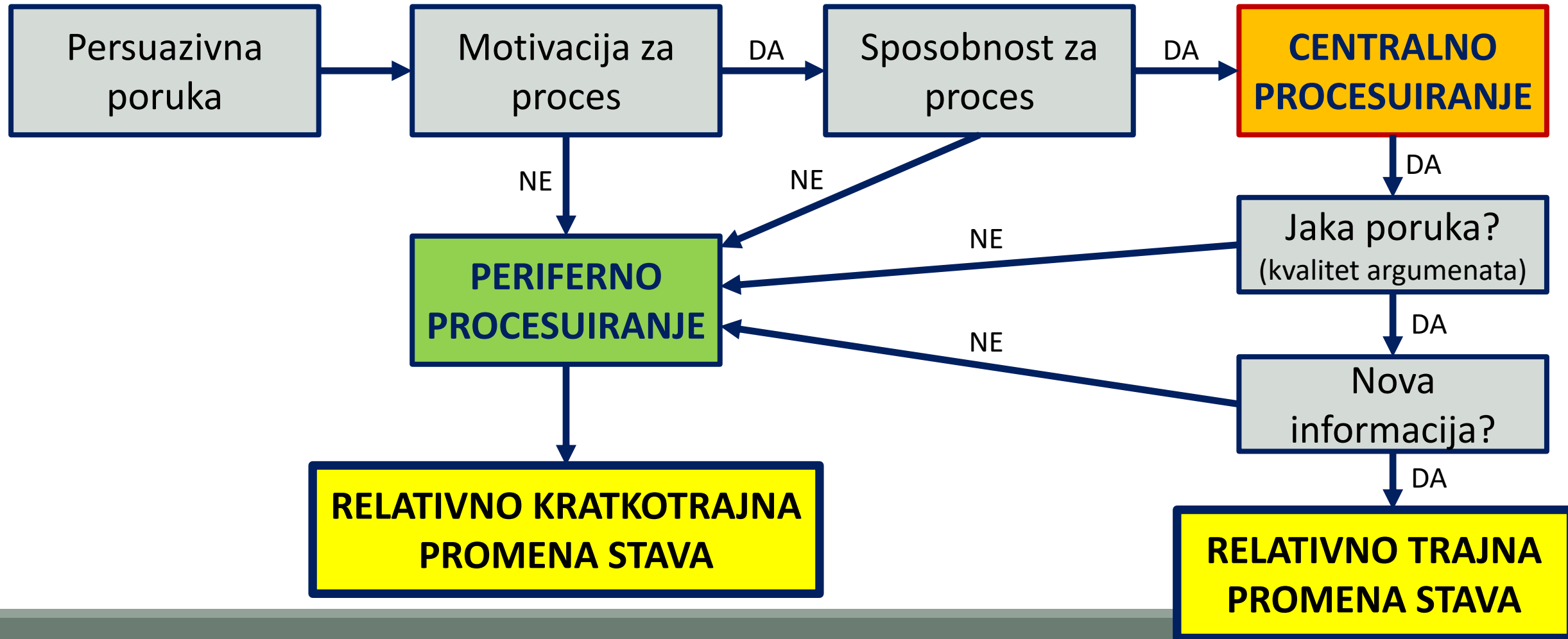
Centralni i periferni put ubeđivanja

- Kad će ljudi promeniti stav pod uticajem **logičkih argumenata**, a kad pod uticajem **perifernih karakteristika** (atraktivnost govornika ili dužina govora)?
 - Na prvom mestu zavisi od **MOTIVACIJE** (važnost teme, potreba za saznanjem) i **SPOSOBNOSTI** (umor, ometenost, kompleksnost teme...) osobe da se usmeri na činjenice
- **CENTRALNI PUT UBEĐIVANJA** – pažljivo slušanje i procesuiranje argumenata
- **PERIFERNI PUT UBEĐIVANJA** – ne posvećuje se pažnja argumentima nego perifernim karakteristikama (vidi Jejlski pristup)



Promena stavova:

Centralni i periferni put ubeđivanja



Promena stavova:

Centralni i periferni put ubeđivanja

- Neki faktori koji utiču na centralno ili periferno procesuiranje:

- **Važnost teme:**

- Važna → Snažni argumenti dovode do promene
- Nevažna → Jačina argumenata ne utiče na promenu stava

- **Raspoloženje:**

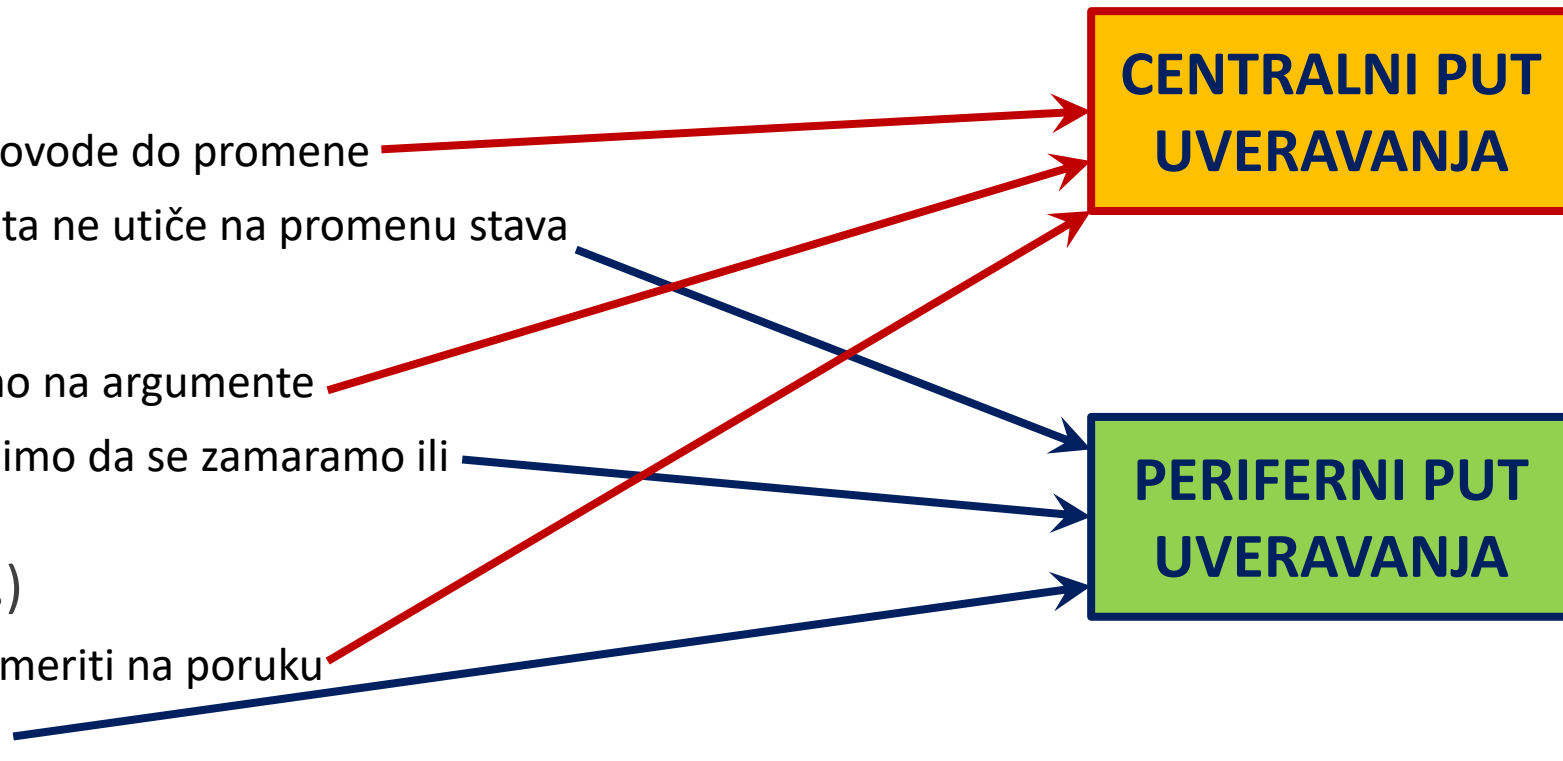
- Loše → više pažnje usmereno na argumente
- Dobro raspoloženje → ne želimo da se zamaramo ili pokvarimo raspoloženje

- **Distraktori** (buka, umor...)

- Ne postoje → možemo se usmeriti na poruku
- Postoje → poruka nije bitna

**CENTRALNI PUT
UVERAVANJA**

**PERIFERNI PUT
UVERAVANJA**



Emocije i promena stava

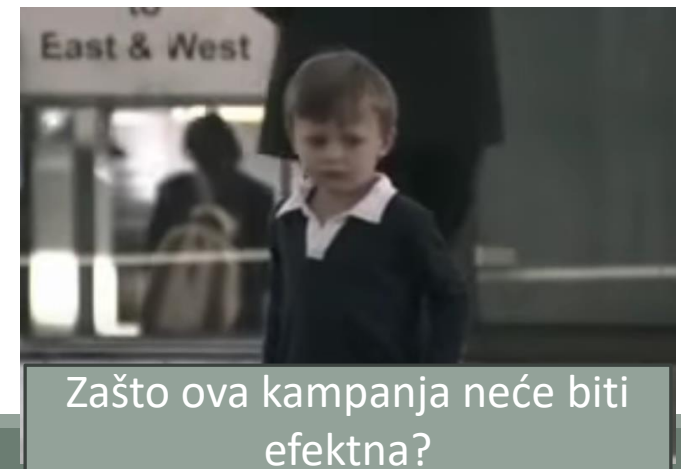
Kampanje protiv pušenja

<https://www.youtube.com/watch?v=SfAxUpeVhCg>



Emocije i promena stava

- Način da se **privuče pažnja** na poruku, da biste potom mogli koristiti centralni put uveravanja
- **Poruke izazivanja straha** se koriste u socijalnim kampanjama (kampanje za bezbednost u saobraćaju, protiv narkotika i pušenja, za siguran seks...)
 - *Koji intenzitet straha je optimalan?*
 - Zavisi od toga da li utiče na to da ljudi obrate pažnju i promisle o argumentima
 - Umeren strah – motiviše na usmeravanje pažnje na poruku
 - Intenzivan strah – ljudi žele da „pobegnu“ iz situacije ili poriču značaj pretnje
 - **Najbolja kombinacija:** umeren strah + informacije
 - Najefikasnije je kada se **emocije** koriste za menjanje **emocionalno zasnovanih** stavova (npr. vezanih za naš socijalni identitet)



Zašto ova kampanja neće biti efektna?

Vežba za razmišljanje

Kako biste se borili protiv anti-vakcerskih stavova koristeći svaki od pristupa persuaziji koji smo pominjali:

- Teoriju kognitivne disonance
- Jejski pristup
- Centralni i periferni put
- Korišćenje emocija za promenu stava



Današnja tema

- **Promena stava i persuazija**
 - Teorija kognitivne disonance
 - Jejski pristup
 - Centralni i periferni put ubeđivanja
 - Emocije i promena stava
- **Otpornost na promenu stava**
 - Inokulacija i reaktansa
- **Previđanje ponašanja na osnovu stava**



Otpornost na promenu stava

Inokulacija

- Razvijanje otpornosti na menjanje stavova i persuaziju
- Davanje malih doza informacija suprotnih postojećem stavu – Zašto?
 - Osoba priprema kontraargumente kojima će moći da odgovori na „napad“ na sopstveni stav kada se desi
 - Efektivno kod stavova formiranih perifernim putem

Plasiranje proizvoda

- Kojim *putem* (*centralnim/perifernim*) se menja stav prema proizvodu kod PP?
- Zašto se u medijima prezentuju „opomene“ na PP?



Otpornost na promenu stava

Koji od ovih pristupa bi izazvao najbolji efekat?



Otpornost na promenu stava

Reaktivnost (reaktansa)

- Suviše snažno ubeđivanje (zabrana) može dovesti do suprotnog efekta – povećanja otpornosti na promenu stava i povećano interesovanje za zabranjenu aktivnost
- **Reaktivnost** – neprijatno stanje koje se javlja kao posledica doživljaja da je ugrožena sloboda delovanja; to neprijatno stanje se smanjuje praktikovanjem zabranjenog ponašanja („e baš hoću!“)
- Suviše stroge zabrane dovode do veće želje da se one krše (adolescencija?)
- „ZABRANJENO PUŠENJE“ ili „HVALA VAM ŠTO NE PUŠITE“



Otpornost na promenu stava

Reaktivnost (reaktansa)

Uslovi javljanja reaktivnosti:

- ograničenje slobode delovanja (zabrana)
- percepcija **nelegitimnosti** tog ograničenja



OBAVEZNO NOŠENJE
ZAŠTITNIH MASKI



ZABRANJEN ULAZ
OSOBA MA BEZ
ZAŠTITNE MASKE

Snaga reaktivnosti zavisi od:

- **važnosti** zabranjenog ponašanja
- **intenziteta** zabrane
- **sličnosti** alternativnog (ponuđenog zamenskog) ponašanja

Individualne razlike vezane za osobine ličnosti!



Vežba za razmišljanje

Kako biste adolescenta odvratili od pušenja korišćenjem znanja o različitim pristupima promene stavova?
...ako je dete već pušač i ako je nepušač?



Uzmite u obzir i reaktansu!

Današnja tema

- **Promena stava i persuazija**
 - Teorija kognitivne disonance
 - Jejski pristup
 - Centralni i periferni put ubeđivanja
 - Emocije i promena stava
- **Otpornost na promenu stava**
 - Inokulacija i reaktansa
- **Previđanje ponašanja na osnovu stava**



Predviđanje ponašanja na osnovu stavova

Richard LaPierre (1934)

- Da li predrasude prema Azijatima vode diskriminaciji?
- Od 250 hotela, samo 1 je odbio da posluži par Kineza
- Nakon obilaska, hotelima upućeno pismo sa pitanjem da li bi uslužili neki par Kineza
- 128 pristiglih odgovora 90% tvrdi da bi **odbilo** da ih usluži
- ***Stavovi nisu uvek koristan pojam za objašnjenje socijalnog ponašanja!***
- *Kako da znamo da li će se neko zaista ponašati u skladu sa svojim stavom?*
- Zavisi od toga da li se radi o **spontanom** ili **namernom** ponašanju
 - Kod spontanog ponašanja, da li će doći do ispoljavanja ponašanja u skladu sa stavom zavisi od toga da li je stav dostupan (koliko lako ga se setimo) ili ne!
 - **Dostupnost** stava je snaga asocijacije između objekta i stava prema njemu i meri se preko **brzine** sa kojom su ljudi sposobni da saopšte svoj stav prema tom objektu

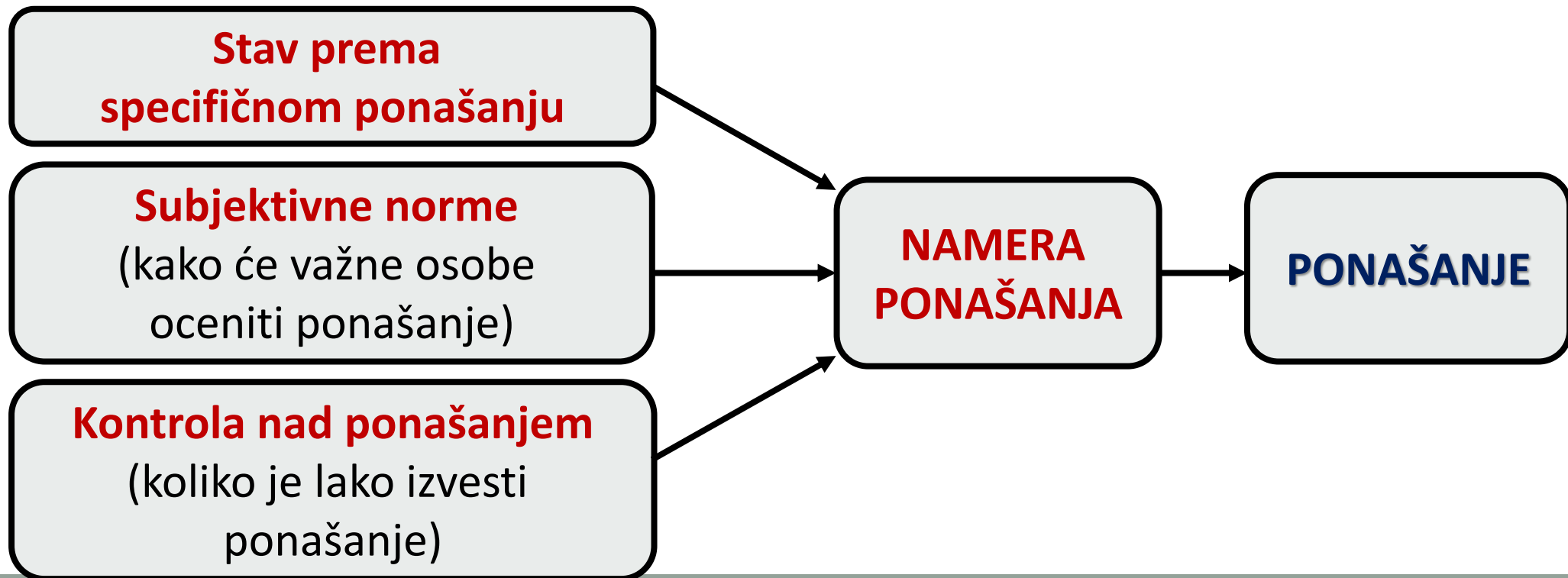
SPONTANO ponašanje:
- neplanska (impulsivna)
- kupovina nekog
 proizvoda

PLANIRANO ponašanje:
- glasanje na izborima
- planska kupovina (npr.
 kola)

Predviđanje (planiranog) ponašanja na osnovu stavova

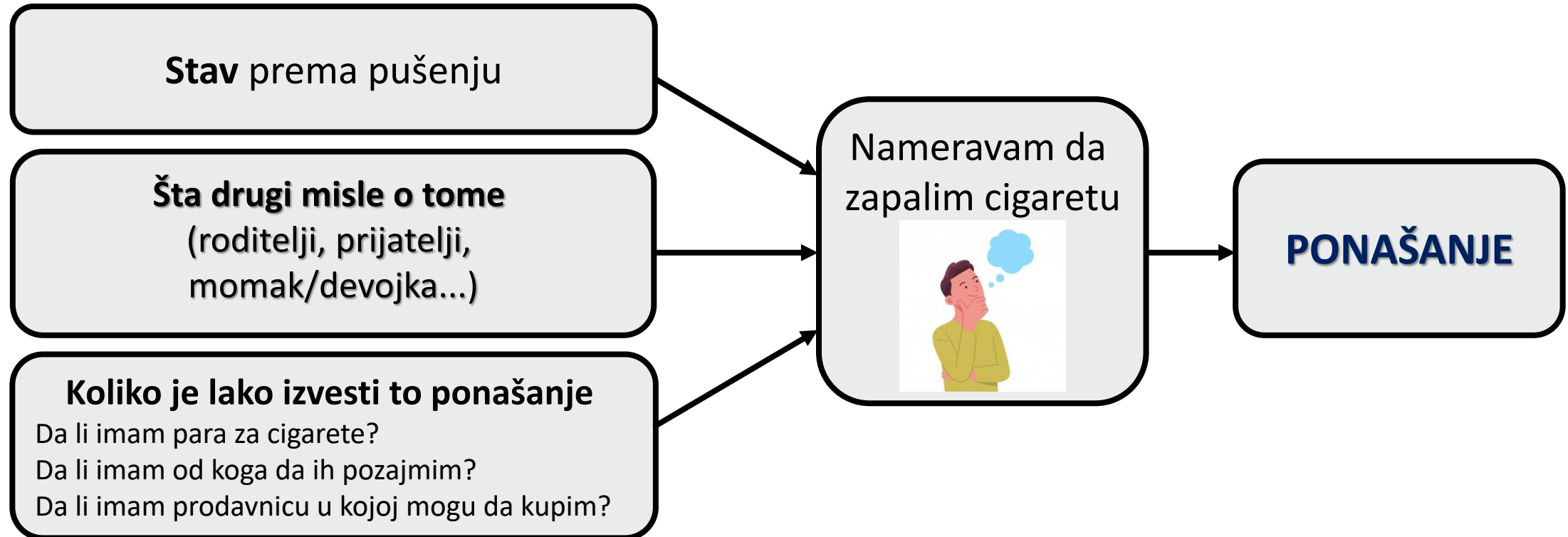
Teorija planiranog ponašanja

- odnosi se na ponašanja o kojima imamo vremena da promislimo i o kojima je stav dostupan



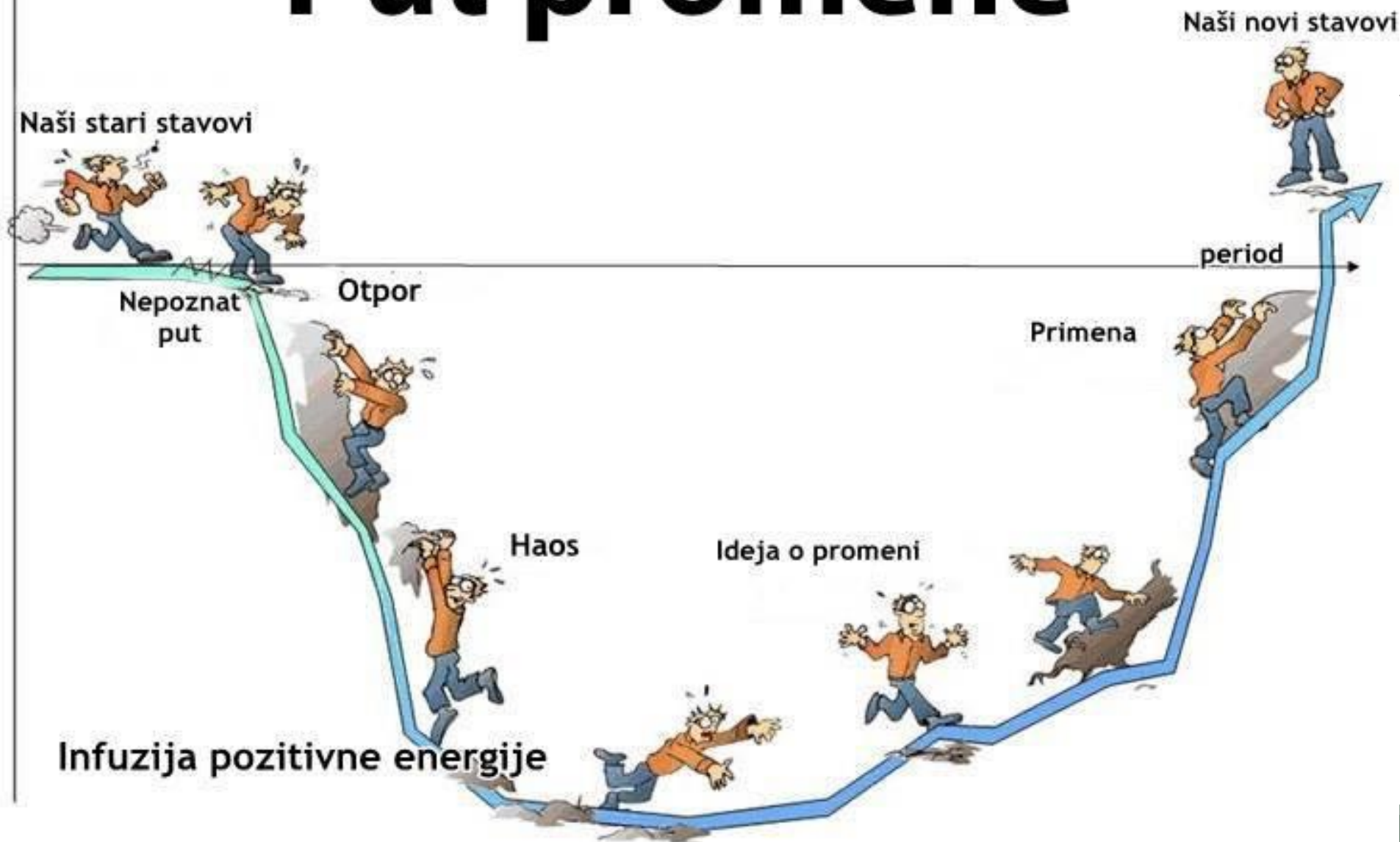
Predviđanje (planiranog) ponašanja na osnovu stavova

Teorija planiranog ponašanja



Učinak

Put promene



Preporuke i sugestije

Film „*Hvala što pušite*“ (Thank you for smoking):

- Koristeći različite teorije persuzije, analizirajte na koje faktore persuazije se oslanjaju razni akteri u filmu kada druge ubeđuju npr da puše ili ne puše

Razmislite kako možete nekoga iz svoje sredine da ubedite u nešto što želite?

- Npr. da prestane da puši, da izađe sa vama na koncert benda koji ne voli previše...
- Koji pristup bi bio koristan u konkretnoj situaciji i zašto?

