

Socialno psihološki premisleki nekoliko drugače : zunanje značilnosti(vedenja), socialne orientacije, stališča in informacije - uvodi v opredelitev izbranega problema

VELKO S.RUS

POVZETEK

V članku gre za uvodne premisleke v zvezi s problemom odnosa med dvema socialnima orientacijama (stališča do sprejemljivosti družbene hierarhije in stališča do vrednostnega simbolizma zunanjih značilnosti vedenja in nekaterih drugih pojavov). Prav tako gre za vprašanje, kateri faktorji lahko vplivajo na njun odnos in kakšna je pri tem vloga informiranosti o objektu merjenja. Zato skuša pojasniti pojme: zunanje značilnosti (vedenja), atribucija vrednot, simbolizem, stališča, socialne orientacije, informacije o objektu stališč na različnih ravneh posploševanja, reprezentacija stališč, model stališč (uporabljen namesto izraza "shema") in aktivacija modela. Omenjena razlaga je tudi izrazito socialno-kognitivna. Taki so bili tudi empirični poskusi odgovorov na vprašanje v zvezi z odnosom med dvema kompleksnima socialnima orientacijama, ki se jih je avtor lotil že v prvi polovici 80-tih let, ko je bila tudi socialno- kognitivna psihologija drugod v začetnem zamahu.

ABSTRACT

SOCIO-PSYCHOLOGICAL REFLECTIONS A LITTLE BIT OTHERWISE: EXTERNAL CHARACTERISTICS OF THE BEHAVIOUR, SOCIAL ORIENTATIONS, ATTITUDES AND INFORMATIONS- INTRODUCTION INTO THE DEFINITION OF THE SELECTED PROBLEM.

The article represents introductory reflections in connection with the problem which can be defined as the question about relation between two social orientations (attitudes toward the acceptance of the social hierarchy in the society and attitudes toward symbolism of values of external characteristics of behaviour), as the question which factors can influence their relation and which is the role of the information (on the different levels of generalization) about the object of the attitude in this case? That's why also the notions as: external characteristics (of the psychological phenomenons and behaviour), attribution of the values, symbolism, attitudes and social orientations, informations about the object on the different levels of generalization, representation of attitudes, attitude model (used instead of the notion "scheme"), activation of

the model are explained also in typical socio-cognitive way. Of such a way were also attempts of the empirical answers to the question about the relation of two complex social orientations: it has to be emphasized, that these attempts occurred in the first half of eighties, when socio-cognitive psychology also elsewhere was not too far from it's beginning.

Vsaka značilnost je vedno del določene celote. Njun odnos je lahko zelo različen: značilnost je lahko glede na celoto, množico značilnosti, ki ji pripada, bolj ali manj bistvena, bolj ali manj delna itd. Bolj je določen objekt, pojav ali proces kompleksen, večje je število njegovih značilnosti in kompleksnejši so njihovi odnosi.

Precej pogosta je tudi kategorizacija na vsebinske in oblikovne značilnosti. Značilnosti oblike (forme) so največkrat ali formalne ali zunanje.

Vse do sedaj povedano do sedaj, velja tudi za značilnosti socialnega vedenja. Določena značilnost socialnega vedenja je tako lahko bolj ali manj bistvena, parcialna, formalna, zunanja itd.

Percepcija zunanjih značilnosti socialnega vedenja pa je hkrati senzorična in socialna percepcija. Njihova evaluacija in interpretacija sta odvisni od višjih psihičnih procesov pri opazovalcu (udeležencu) določene komunikacije oz. interakcije.

Pri senzorični percepciji značilnosti vedenja je pomembna tudi perceptivna pozicija. Določene pozicije omogočajo lažjo, hitrejšo in natančnejšo percepcijo kot druge. Manjša razdalja je za poslušanje primernejša od daljše, tudi iz različnih zornih kotov vidimo različno. Tudi sedeži v gledališču, operi itd. imajo različne položaje: cene različnih sedežev - položajev pa se ne razlikujejo zgolj po naključju. - Evaluacija senzorične percepcije pa je odvisna od psiholoških procesov komparacije, kategorizacije, atribucije pomena itd.

Zunanja značilnost socialnega vedenja je perceptivno vedno evidentna - velikokrat pa se pojavlja medosebna in medskupinska variabilnost v interpretaciji in evaluaciji. Taka značilnost je večinoma tudi del določene komunikacije oz. interakcije. S stališča akterja je vsaka interakcija tudi njegova akcija. Vsaka akcija pa ima svoj motiv, cilj, pogoje in sredstva oz. instrumentalne vidike akcije (omenjeni elementi pa se med seboj povezujejo v t. i. motivacijskem ciklusu). Enake zunanje značilnosti socialnega vedenja se lahko nanašajo na različne elemente ciklusa - prav tako pa se lahko različne značilnosti zunanjega vedenja nanašajo na enake "elemente ciklusa": jok je lahko emocionalna sprostitiv (redukcija napetosti), lahko je instrument izsiljevanja, ali pa cilj dobro odigrane vloge v gledališču ali na filmu. Emocionalno pa lahko v določenih situacijah sproščata ali jok ali smeh, nekoga se lahko prizadene (instrumentalna vrednost v določenih situacijah) ali z jokom ali s smehom itd. Evaluacija oz. interpretacija zunanjih značilnosti (socialnega) vedenja je torej odvisna od percepcije celotne (socialne) situacije. Zunanja značilnost je namreč vedno samo parcialna, delna značilnost celotne situacije. Če dva tečeta, se motivacijski cikel tistega, ki beži, močno razlikuje od motivacijskega ciklusa tistega, ki nekoga lovi. Omenjen primer je interpretativno zelo evidenten. Manj preprosto pa je v primeru, ko gre za kompleksnejše interakcije. - Klasična psihoanaliza, pa tudi nekatere druge psihoanalitične šole, zunanjim značilnostim vedenja pripisujejo posebno simbolno vrednost. Zunanja značilnost vedenja je v takem primeru simptom in hkrati simbol nečesa bolj globinskega in psihološko globalnega. V tem trenutku pa že govorimo o nekem procesu, ki nas zelo zanima: o procesu, s katerim določeni zunanji značilnosti vedenja pripišemo določen pomen. Seveda gre lahko pri tem tudi za atribucijo pozitivnega ali negativnega evaluativnega pomena. Od tega, kaj določeni značilnosti atribuiramo, je

odvisno tudi to, kako je ta značilnost zaželeno. Zelo zaželene zunanje značilnosti (socialnega) vedenja pa lahko obravnavamo kot vrednote. V psihologiji je namreč vrednota tisto, kar je zaželeno. Zunanje značilnosti (socialnega) vedenja pa ponavadi vedno nekaj izražajo, nekaj predstavljajo. Če je tisto, kar predstavljajo (prezentirajo) zelo zaželeno, predstavljajo neko vrednoto. Če je to, kar prezentirajo, zelo nezaželeno, predstavljajo nasprotje vrednote ("nevrednoto").

Zunanja značilnost (socialnega) vedenja je lahko zelo zaželen izraz nekega celovitejšega vedenja, pojava, procesa. (Lahko je tudi zelo zahtevan: v tem primeru je norma.) Zunanja značilnost je nadalje lahko samo del nečesa, ali pa to nekaj tudi predstavlja, izraža. V določenih primerih ima lahko taka reprezentativna funkcija tudi simbolno vrednost. - To, kar je kot zunanja značilnost zaželeno, pa je lahko del, izraz ali simbol nečesa, kar je (zelo) nezaželeno itd.

Za vsako zunanjo značilnost lahko torej določimo naslednje parametre:

1 - Ali ima lahko (kakršenkoli) pomen tudi sam zase ali pa le v zvezi z določenim pojavom? (Pri kompleksnejših zunanjih značilnostih obstaja večja verjetnost, da imajo določen pomen tudi "same zase".)

2 - Če je del ali pojav zase, v kakšnem odnosu do celote, oz. do drugih pojavov: izraz, indica, simbol - (ali ima ali nima reprezentativne funkcije) - zunanje značilnosti vedenja so zgolj ena vrsta znakov, ki imajo lahko reprezentativno funkcijo.

Tisti vidiki psiholoških (socioloških) pojavov, ki jih lahko percipiramo tudi senzorično, so nujno tudi njihova zunanja značilnost. Kompleksnejši psihološki oz. socialni pojavi imajo zato številne zunanje značilnosti. Ista emocija se lahko kaže v različnih fizioloških znakih, ki se pojavljajo istočasno (simultano) ali pa eden za drugim (sukcesivno). Kažejo pa se lahko tudi v različnih socializiranih značilnostih zunanjega vedenja.

4 - Vprašamo se lahko tudi: V kolikšni meri je določena zunanja značilnost vedenja zaželeno, v kolikšni meri pa zahtevana? V kolikšni meri je zaželeno oz. zahtevano tisto, kar predstavlja?

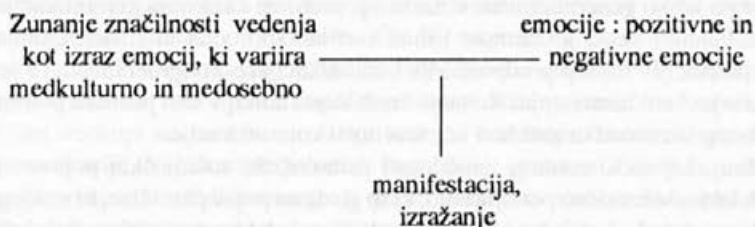
Reprezentativne funkcije zunanjih značilnosti vedenja imajo lahko nadalje zelo kvalitativno različne pomeni. Pri tem gre predvsem za vprašanje KAKO in KAJ določena zunanja značilnost izraža. Če določena zunanja značilnost vedenja ima reprezentativno funkcijo, lahko ta funkcija variira npr. kot signal, indica, simbol itd. Pri tem nas seveda ne zanimajo kakršnikoli zunanji znaki vedenja. Zanimajo nas predvsem tisti, ki so socializirani. Emocije imajo npr. številne in različne navzven opazne fiziološke znake. V našem primeru nas zanimajo tisti zunanji znaki, tiste zunanje značilnosti vedenja, ki so hkrati rezultat socialnega učenja. V tolikšni meri, kolikor so rezultat učenja, jih je možno "zaigrati" tudi "mimo" emocij.

Evaluacija oz. interpretacija reprezentativnih funkcij zunanjih značilnosti (socialnega) vedenja je odvisna od kulturnih faktorjev. To pomeni, da je pomen, ki ga pripisujemo zunanjim značilnostim (socialnega) vedenja odvisen tudi od kulture. Znane so npr. medkulturne razlike v izražanju emocij, v pomenih različnih zunanjih znakov pri komunikaciji.

Ravno v primeru izražanja emocij lahko pokažemo na to, da številne zunanje značilnosti vedenja lahko izražajo tudi stališča - v določenih primerih kažejo celo na njihovo hierarhijo. Če zunanje značilnosti izražajo hkrati stališča, ki se nahajajo pri samem vrhu

hierarhije stališč, potem izražajo tudi vrednote. V hierarhiji stališč so namreč vrednote hierarhično najvišja stališča.

Naše izvajanje pa si lahko ponazorimo tudi na naslednji način :



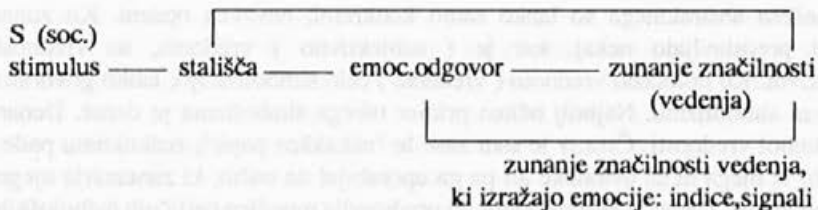
K čustvom pa lahko pristopimo tudi kot k "afektivni komponenti" stališč. (Določeno stališče ima pri tem določen položaj v hierarhiji stališč vis a vis določenega objekta) :



Zunanje značilnosti vedenja, ki izražajo določene emocije, izražajo s tem posredno tudi "afektivno komponento" stališč. To pomeni, da lahko izražajo tudi stališče samo. Če gre za stališče, ki ima funkcijo izražanja vrednot, lahko posredno izražajo tudi vrednote.

Zunanje značilnosti vedenja, ki imajo funkcijo izražanja stališč, pa nimajo nujno emocionalne konotacije. Različne značilnosti (socialnega) vedenja lahko izražajo različne značilnosti stališč: valenco, intenziteto, odprtost itd.

zunanje značilnosti vedenja,
ki izražajo stališča samo kot simboli



Zunanje značilnosti vedenja pa so lahko z različnimi značilnostmi stališč bolj ali manj kongruentne. Nekongruentnost med zunanjimi značilnostmi stališč in vsebino stališč je npr. inhibitorni element persvazivne komunikacije. O nekongruentnosti lahko govorimo takrat, ko so različni znaki istega komunikacijskega procesa v medsebojnem pomenskem neskladju. karikiran primer bi bil npr. ta, da z žalostnim obrazom izjavljamo, da smo veseli. Omenjeni primer pa lahko generaliziramo v naslednji problem : kako na komunikacijske učinke vpliva neskladje (nekongruentnost) med vsebino sporočila in znaki zunanjega vedenja. - Vsak prepričljiv nastop predpostavlja komunikacijsko kongruentnost. Ta je še zlasti pomembna v javnem nastopanju. Zunanje značilnosti lahko v tem primeru pomembno prispevajo h kongruentnosti in zaželeni učinkovitosti komunikacije.

Poleg vprašanj, kaj so to zunanje značilnosti psiholoških, socioloških pojavov (so značilnosti, ki jih lahko senzorično percipiramo, ki so glede na pojav parcialne, ki so njegov del, ali pa so z njim v določeni stalni zvezi, kot eksplicitne so lahko materialne, fiziološke, različno socializirane, različno kompleksne in z različnim samostojnim pomenom, to so lahko tudi značilnosti zunanjega vedenja), se lahko vprašamo, ali imajo zunanje značilnosti psiholoških in socioloških pojavov tudi kakršnokoli reprezentativno funkcijo. Zanima nas torej, kaj vse lahko pripisujemo (atribuiramo) zunanjim značilnostim psiholoških in socioloških pojavov oz. kaj vse lahko izražajo.

Razumljivo je, da obstaja pri kompleksnejših zunanjih značilnostih tudi večja verjetnost, da imajo določeno reprezentativno funkcijo.

Pojem reprezentacij je širok in zajema različne znakovne odnose. Zunanje značilnosti lahko obstajajo tudi kot simbol določenega psihološkega oz. sociološkega pojava. Zgovoren primer so npr. statusne značilnosti : zelo pogosto uporabljamo izraz statusni simbol. Tudi blagovna znamka reprezentira določen psihološki pojav: potencialni kupec povprašuje po koristi oz. kupuje korist. Ta bistvena opcija analize tržnega vedenja blagovno znamko obravnava kot simbol določene kvalitete oz. koristnosti. Določene zunanje značilnosti (vedenja) so lahko simbol erotične privlačnosti, itd.

(Ne moremo tudi mimo dejstva, je vprašanje zunanjih značilnosti psiholoških pojavov eno temeljnih vprašanj psihološke metodologije oz. psihološkega pristopa. Odnos med psihološkimi pojavi in njihovimi zunanjimi značilnostmi je npr. zelo "asimetrično" obravnaval klasični behaviorizem. Psihološke analize so bile za klasični behaviorizem predvsem analize zunanjih značilnosti oz. značilnosti zunanjega vedenja. Podobno velja za behaviorizem v sociologiji.)

Bolj ali manj kompleksne značilnosti zunanjega vedenja so hkrati zelo "primerne" za simbolno funkcijo. Simbol namreč ne more biti abstrakten, predvsem pa mora biti senzorično zaznaven. Simboli, ki predstavljajo nekaj abstraktnega, so lahko samo konkretni. Simbol svobode je kip svobode, simbol pravičnosti je ženska s tehtnico in zavezanimi očmi, križ je simbol trpljenja in odrešenja, jeans je simbol sproščenosti itd. Simboli nečesa abstraktnega so lahko samo konkretni, navzven opazni. Ko zunanje značilnosti predstavljajo nekaj, kar je (subjektivno) vrednota, so vrednostno reprezentativni. Ko določeno vrednoto (vrednost) celo simbolizirajo, lahko govorimo o vrednostnem simbolizmu. Najbolj očiten primer takega simbolizma je denar. Denar je zaščiten simbol vrednosti. Čeprav je sam zase le "nekakšen papir", redkokomu pade na misel, da bi iz njega delal aviončke ali pa ga uporabljal na način, ki zanemarja njegovo menjalno vrednost. Denar je hkrati simbol, ki predstavlja množico različnih psiholoških in socioloških relacij. Kot simbol hkrati zgovorno dokazuje, da vsaka simbolika predpostavlja

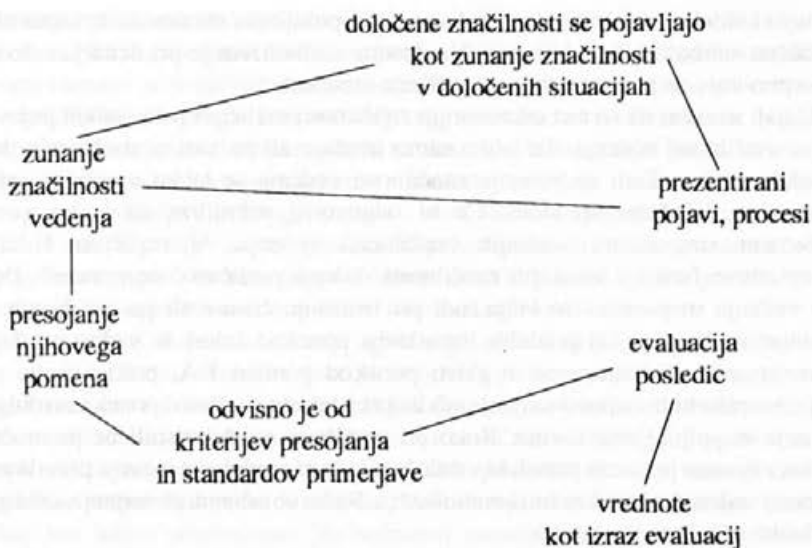
celovitejši kontekst različnih odnosov (socialnih, političnih, ekonomskih, kulturnih itd.), ki določeno simboliko opredeljujejo. Vrednostni simbolizem je pri denarju zelo očiten : končno pravimo, da je cena v denarju izražena vrednost.

Dejali smo že, da so ena od zunanjih značilnosti različnih psiholoških pojavov tudi zunanje značilnosti vedenja. Te lahko samo izražajo ali pa tudi simbolizirajo določene psihološke pojave. Tudi za zunanje značilnosti vedenja se lahko vprašamo, ali lahko simbolizirajo določeno vrednoto. Če bi odgovorili pritrdilno, bi lahko govorili o vrednostnem simbolizmu zunanjih značilnosti vedenja. V različnih kulturah so reprezentativne funkcije zunanjih značilnosti vedenja različno " normirane". Določene oblike vedenja so norma - to velja tudi pri izražanju čustev ali pa pri drugih vidikih komunikacije. V južnejših predelih Jugoslavije ponekod žalost še vedno izražajo s t.i. "jadikovanjem" . Odkimavanje z glavo ponekod pomeni DA, prikimavanje pa NE. Srednjeevropska kultura pozdravljanja odklanja t.i. taktilno kulturo : ponekje so dolgotrajna objemanja in poljubljanja norma. Roko pri pozdravu naj bi stisnili ne premočno , ne prešibko. - Bonton je sistem pravil, ki v določeni kulturi predpisuje in ureja pravila zunanjih značilnosti vedenja pri medosebni komunikaciji. Način oblačenja, govorjenja, celo gledanja imajo lahko določeno simboliko.

Zunanje značilnosti vedenja, ki predstavljajo določeno normo, lahko predstavljajo tudi vrednoto. Vsaka norma seveda še ni vrednota, najbrž pa velja : bolj ko je zaželeno, bolj je vrednota. Zaželene pa so ponavadi t. i. internalizirane norme. To so norme, ki smo jih " ponotranjili ". Zunanje značilnosti (vedenja), ki simbolizirajo internalizirane norme, so tako lahko tudi simboli vrednot. Simboli so lahko individualni, skupinski, ali pa generalneje sprejeti v določeni kulturi. Predvsem so vedno odvisni od kulture. Vsaka simbolizacija je " kulturno kontaminirana ". (To velja tudi za simbole, ki " nastopajo " v klasični psihoanalizi.) Psihoanalitska interpretacija simbolnih pomenov nekaterih zunanjih značilnosti vedenja, včasih celo zelo malenkostnih, je primer reprezentativne funkcije zunanjih značilnosti vedenja - v (klasični) psihoanalizi se jim pripisuje celo psihodiagnostični pomen.

Vrednostni simbolizem zunanjih značilnosti vedenja oz. drugih "zunanjih značilnosti " je zlasti izrazit pri različnih ritualih in obredih. Bolj ko zunanje značilnosti (vedenja) reprezentirajo nekaj " oddaljenega ", bolj so same zase simbol določenega pojava ali vrednote. Tako lahko celo pri zunanjih značilnostih vedenja govorimo o nekakšni "funkcionalni avtonomiji".

Reprezentativna (simbolna) funkcija zunanjih značilnosti (vedenja) pa je odvisna tudi od kriterijev socialnega presojanja:



ZUNANJE ZNAČILNOSTI PSIHOLOŠKIH (SOCIOLOŠKIH) POJAVOV IN SOCIALIZACIJA

Socializacija pomeni tudi učenje igranja različnih socialnih vlog. Vsaka vloga ima tudi svoj status. Socializacija pomeni torej tudi zavzemanje različnih statusov. Različne statusne značilnosti pa lahko obravnavamo kot zunanje značilnosti različnih psiholoških in socioloških pojavov. (Statusne značilnosti se med drugim kažejo tudi v različnih značilnostih zunanjega vedenja.)

Med statusne značilnosti spadajo tudi številne značilnosti neverbalnega vedenja ali neverbalne komunikacije. Končno, lahko govorimo tudi o materialnih oz. nematerialnih značilnostih statusa. O obojih pa večkrat govorimo kot o statusni simboliki. Ta se spreminja z različno kulturo, pa tudi longitudinalno, recimo kar zgodovinsko. Statusna simbolika, tako materialna kot nematerialna, pri tem včasih poudarja statusne razlike, oz. posebno statusno kulturo. Določene mladinske subpopulacije se npr. oblačijo in obnašajo na prav poseben način. Tudi poslovneži imajo svoj kodeks obnašanja in oblačenja.

T.i. zunanje statusne značilnosti omogočajo tudi hitro prepoznavanje predstavnikov različnega statusa.

Ko se zunanje značilnosti (vedenja), ki imajo v komunikaciji sicer zelo pomembno vlogo, iz (pomožnega) instrumenta komunikacije spremenijo v komunikacijski cilj, pa lahko govorimo o njihovi " funkcionalni avtonomiji ".

V eni od naših raziskav nas je zanimalo tudi stališče do sprejemljivosti hierarhičnih odnosov (v kolikšni meri so sprejemljivi različni hierarhični odnosi). Nadalje pa nas je zanimalo, ali obstaja kakšna zveza med stališči do sprejemljivosti hierarhičnih odnosov in stališči do vrednostne reprezentativnosti različnih značilnosti zunanjega vedenja. Od česa

je odvisna, oz. kaj vpliva na zvezo med obema sklopoma stališč - med obema stališčnima orientacijama. Kakšna je pri tem vloga informiranosti (informacije) o stališčnem objektu (o objektu merjenja, če imamo opraviti s stališčnimi lestvicami)? V pričujočem tekstu smo prišli samo do omenjenega vprašanja (čeprav naši empirični poskusi odgovorov nanj segajo v sredino 80 - tih let). Če v naslovu pa smo omenili, da predstavlja pričujoči tekst samo uvodne socialno - psihološke premisleke v opredelitev izbranega problema. Z navedbo naših vprašanj smo ga sedaj prav na hitro tudi omenili. V tem uvodu pa se bo naš premislek ozrl še nekam drugam: na socialne orientacije.

STALIŠČA KOT SOCIALNE ORIENTACIJE

Socialno orientacijo obravnavamo kot strukturo, sklop stališč, ki imajo isti objekt. Socialne orientacije zajemajo toliko več aspektov posameznega pojava oz. objekta, kolikor je objekt kompleksnejši.

Socialne orientacije lahko v socialni psihologiji merimo z lestvicami stališč.

Tudi socialne orientacije so rezultat socialnega učenja oz. socializacije. Nastajajo tudi kot izraz posameznikove težnje po redu oz. urejenosti, ki jih med drugim dosega s procesi kategorizacije oz. klasifikacije. Različni nivoji elaboracije informacij rezultirajo v različnih "socialnih reprezentacijah". Te nastajajo na osnovi procesov socialnega primerjanja, diferenciacije in integracije, različne kognitivne kompleksnosti itd. Različne socialne orientacije lahko tvorijo tudi širše sisteme "socialnih reprezentacij". Znotraj teh sistemov so tudi različne socialne orientacije različno povezane. To pravzaprav pomeni, da so različno povezani različni vidiki posameznih socialnih orientacij. V jeziku stališčnih lestvic bi to pomenilo povezavo med različnimi postavkami različnih socialnih orientacij.

Različne socialne orientacije se lahko prav tako nanašajo na različne vrste socialnih odnosov. Stališča lahko zavzemamo npr. do medosebnih, intragrupnih in intergrupnih odnosov. Ti odnosi pomenijo hkrati tudi različne vrste komunikacijskih procesov. V komunikaciji nosilci različnih socialnih vlog (različno reprezentativnih socialnih vlog) nastopajo tudi kot osebnosti. Osebnosti pa ne moremo reducirati na zbirko vlog. Osebnost je ne le nekaj več, ampak tudi nekaj kvalitativno drugačnega.

Kaj ima pri vsem tem opraviti pojem t. i. kognitivne sheme?

Pojem kognitivne sheme lahko primerjamo s pojmom modela. Če je model kompleksnejši, zajema več elementov in njihovih medsebojnih odnosov. Kompleksnost modela je zopet odvisna od dveh spremenljivk. Splošno ju lahko poimenujemo kot subjektivno in objektivno. Subjektivna se kaže v kognitivni kompleksnosti posameznika, objektivna pa v objektivni strukturi obravnavanega pojava. Kognitivna kompleksnost je pri tem spremenljivka z nedvomno širšim razponom variacije. Subjektivne variacije kognitivne kompleksnosti zajemajo različne strategije učenja, mišljenja in ustvarjalnosti. Objektivna struktura pa je glede na obstoječe kriterije percepcije in evaluacije bolj ali manj enoznačno določena. Funkcioniranje določenega modela kot psihološkega procesa je predvsem izraz interakcije med kognitivno kompleksnostjo in objektivno strukturo. Kognitivna kompleksnost se kaže med drugim tudi v kompleksni kategorizaciji in klasifikaciji. (S problemi kategorizacije in klasifikacije v socialni psihologiji se ukvarja socialna kognitivna

psihologija.) "Stabilnost" določenega (psihološkega) modela pa je odvisna tudi od stabilnosti kriterijev klasifikacije in kategorizacije.

Ob predpostavki približno enake kognitivne kompleksnosti je sprememba določenega modela odvisna tudi od novih informacij. Pri tem se lahko vprašamo, kaj sploh so nove informacije? Lahko odgovorimo, da so to tiste, ki se na novo pojavljajo glede na obstoječo informacijsko bazo določenega (psihološkega) modela. Zunanji stimulusi se ocenjujejo kot nova informacija glede na že obstoječe znanje. Pri tem se srečujemo z različnimi vrstami znanja. Na nivoju socialne percepcije lahko npr. govorimo o socialnem znanju. - Sprememba določenega psihološkega modela pa ni odvisna le od elaboracije števila in vrste novih informacij. Odvisna je tudi od interakcije med novimi informacijami in že obstoječim znanjem. Ta interakcija je pravzaprav proces kategorizacije oz. klasifikacije.

Ko govorimo o informacijah, imamo v mislih predvsem njihov denotativni oz. racionalni pomen. Tak je tudi računalniški pojem informacije oz. njene osnovne enote - "bit-a". Pri tem ponavadi pozabljamo, da ima informacija tudi svoj konotativni pomen. Konotativni pomen je predvsem "emocionalni pomen". Je čustvo, ki se pojavlja skupaj z določenim racionalnim pomenom. Ko gre za psihološko percepcijo oz. evaluacijo, ima vsaka informacija dva pomena: racionalni (denotativni, denotacija) in emocionalni (konotativni, konotacija). Konotativni pomen informacije lahko različne kognitivne procese ali inhibira (zavira, otežuje) ali facilitira (olajšuje). Tisto, kar se radi učimo, se hitreje naučimo in si ponavadi tudi hitreje zapomnimo. S stališča klasične psihoanalize bi moral obstajati sorazmeren odnos med intenziteto negativnega konotativnega pomena in intenziteto potlačitve.

Percepcija racionalnega, denotativnega pomena se kaže predvsem v procesih kategorizacije in klasifikacije. Percepcija konotativnega pomena pa se kaže predvsem v procesih evaluacije. Med obema vrstama pomena obstaja interakcija. Ta interakcija vpliva tudi na klasifikacijo (kategorizacijo) denotativnih pomenskih vidikov informacije. Kognitivnih procesov ne moremo obravnavati izolirano od osebnosti ravno zaradi interakcije med denotativnim in konotativnim pomenom. Čustva pomenijo hkrati "aktiviranje" velikega števila drugih osebnostnih značilnosti. Elaboriranje informacij je zato proces, pri katerem sodelujejo številni osebnostni faktorji. Pri tem seveda ne smemo zanemariti tistih vidikov, ki so čisto kognitivni: sem spada npr. tudi kognitivna kompleksnost kot zmožnost hkratne elaboracije različnih pomenskih vidikov na različnih pojmovnih ravneh.

Razliko med denotativnim in konotativnim pomenom lahko nazorno zaznamo pri dovolj strukturiranih vizuelnih informacijah. Denotativne vidike lahko v tem primeru nazorno orišemo: ujemanje med različnimi opazovalci z enako dobrimi možnostmi opazovanja bi moralo biti v tem primeru veliko. Verjetno pa bi bila manjša ujemanja v doživljajih oz. konotativnemu pomenu. - Včasih se zdi, da so nivoji pomenske abstrakcije v zvezi s konotativnim pomenom. Čustveno intenzivneje naj bi doživljali to, kar je konkretno. V številnih primerih je to tudi res. Čustven odziv na besedo nesreča je nedvomno največkrat drugačen kot pa odziv na konkretne posledice. - S to trditvijo pa se nedvomno ne bi strinjali pristaši islama: ti gojijo religiozna čustva do boga, ki je abstrakten oz. nepredstavljen.

Pravkar smo poleg problema novosti in različnega pomena informacij zajeli še nov problem. To je problem informacijske simbolne kode. Tudi v zvezi s tem lahko govorimo o različnih vrstah informacij. (Deloma smo že nakazali razliko med predstavami in

abstraktnimi pomeni). Struktura socialnega znanja je med drugim odvisna tudi od vrste informacij. Pri tem se predstave ponavadi strogo ločijo od abstraktnih pomenov. Večkrat se tudi poudarja, da sta abstraktnost in predstavljenost obratnosorazmerni. Če bi bilo to res, nikoli ne bi mogli npr. narisati matematične funkcije. Ta namreč izraža določen odnos: linearen, eksponenten, logaritemski itd. Pojem "odnos- a" je zelo abstrakten pojem. To pomeni, da je zelo splošen. Isto matematično funkcijo lahko apliciramo v zvezi z različnimi merskimi enotami. Poleg tega si določenih splošnih odnosov (razmerij, funkcij) ni težko predstavljati. Skušajte si ta hip predstavljati npr. linearno funkcijo.

Odnos med nivojem posploševanja in predstavljenostjo torej ni enoznačen. Res pa je nekaj drugega: na višjih nivojih abstrakcije operiramo predvsem z modeli. Na izrazito konkretnih nivojih pa je možna skorajda "fotografska odslikava".

Pri izrazito abstraktnih pomenih bi torej težko govorili o njihovih zunanjih značilnostih v smislu indic. Tistega, kar je abstraktno, pač ne moremo senzorično percipirati. Senzorično lahko percipiramo samo model ali pa zunanjo reprezentacijo nečesa, kar je abstraktno. Abstraktni pomen je namreč ekstenzionalni pomen. Zamislimo pa si naslednjo situacijo oz. kombinacijo: abstrakten pomen v smislu relativne nedoločenosti, nedefiniranosti (denotativne nestrukturiranosti), močna pozitivna ali negativna čustva, ki se vežejo nanj (zelo izrazit konotativni pomen) in pa določene zunanje značilnosti (vedenja), ki določen pomen izražajo navzven. Zelo izrazito čustvo, ki je hkrati visoka preferenca, je lahko tudi vrednota. Zunanja značilnost pa je v določenih primerih lahko tudi simbol. V takem primeru lahko govorimo o vrednostnem simbolizmu zunanjih značilnosti (vedenja). - Pri tem je seveda posebno vprašanje, kaj in zakaj je za nekoga nekaj simbol.

Kombinacija relativno "praznih pojmov" in močnih čustev lahko rezultira v "funkcionalni avtonomiji" zunanjih značilnosti. Namesto da bi jih obravnavali zgolj kot izraz nečesa, jih lahko začnemo obravnavati kot tisto, kar izražajo. Če izražajo nekaj slabo definirane, lahko kar njim samim atribuiramo določen denotativni in konotativni pomen. Če evaluacijo lahko obravnavamo kot vrednoto, pomeni, da jim atribuiramo pomen vrednote.

"Prazni pojmi" pa so nekaj, kar sodi na področje socialnega znanja. Vsaka informacija ima svoj pomen glede na strukturo obstoječega socialnega znanja.

Denotativni pomen informacije spada na področje kognitivnih, konotativni pomen pa na področje emocionalnih procesov, emocij. Tako kognicija kot emocija pa se pojavljata "skupaj" v okvirju motivacijskega ciklusa. Nobenega motivacijskega ciklusa pa ne moremo obravnavati izven "osebnostnega okvirja". Osebnostne značilnosti so eden od pogojev funkcioniranja motivacijskega ciklusa. Tudi komponentna definicija stališč (kognitivna, emotivna in behavioralna komponenta) vse preveč zanemarja pomen osebnostnih značilnosti. (Komponentno definicijo stališč lahko obravnavamo tudi s pomočjo informacijske teorije v širšem pomenu: ne le kot teorijo informacij z racionalnim-denotativnim pomenom, temveč kot kombinacijo denotativnega in konotativnega pomena.)

Odkar se psihologija ukvarja z informacijami, se ukvarja tudi s tem, kakšen je njihov vpliv na stališča. Podrobneje to pomeni : kakšen je njihov vpliv na posamezne stališčne komponente, na njihovo medsebojno zvezo, na spremembo stališč, na nastajanje novih stališč, kako neka nova informacija prestrukturira že obstoječe informacije, ki spadajo v kognitivno komponento (denotativni pomen informacij naj bi spadal v kognitivo, konotativni pomen pa v emotivno komponento - teorija informacij računalniškega izvora pravzaprav ne more upoštevati konotativnega pomena , vsaj v takem smislu ne, kot se pojavlja v človeški percepciji). Računalnik na informacijo ne reagira s čustvi. Obdelava informacij je zgolj funkcija konfiguracije "cheapov " (hardware) in računalniškega programa (software). Pri človeku pa je vsako učenje socialno učenje : ali se uči nečesa, kar spada v področje socialnih odnosov in pojavov, ali pa se tisto, kar se pač uči, uči v določenih socialnih pogojih. Sem spadajo tako hrup učilnice ali tišina knjižnice (ali obratno), učenje v družinskem krogu, krogu prijateljev ali pa individualno učenje v virtualnem socialnem okolju. Ravno v socialni kognitivni psihologiji 80-tih let so se pojavili eksperimenti, ki so obravnavali zvezo med čustvi in (socialnim) učenjem.

Omenili smo že, da lahko stališča obravnavamo tudi kot socialne orientacije. Socialne orientacije so kompleksnejša stališča oz. kompleksnejše strukture stališč. Vpliv informacij na socialne orientacije je podoben vplivu informacij na stališča.

Za socialne orientacije naj bi bilo značilno, da predstavljajo tudi določeno hierarhijo stališč : hierarhijo glede na splošnost predmeta, ki ga merimo, in hierarhijo glede na splošnost odnosa do predmeta merjenja. Stališča do določene družbe (v nacionalnih mejah) je lahko primer socialne orientacije. Taka stališča predpostavljajo tako stališča do konkretnih pojavov, kot stališča do splošnih vrednot v družbi. Taksonomija različnih ravni posploševanja predmeta merjenja je lahko različno razvejana. Socialne orientacije izražajo torej stališča do kompleksnejših predmetov merjenja.

Tudi socialne orientacije lahko v jeziku socialne kognitivne psihologije obravnavamo kot določeno kognitivno shemo, kot določen " model ". " Clustri " stališč, ki tvorijo določeno kognitivno shemo , so lahko različno strukturirani. To pomeni, da zveze med posameznimi stališči (aspekti percepcije in evaluacije) variirajo glede na smer in intenziteto. Različna stališča se lahko med seboj različno povezujejo. Omenjeno strukturo stališč lahko ugotovimo s faktorsko analizo. V tem primeru govorimo o faktorski strukturi. Ta je lahko bolj ali manj stabilna. Faktorska struktura je pravzaprav MODEL strukture stališč. Stabilna faktorska struktura pomeni stabilno strukturo stališč.

Struktura stališč pa se kaže tudi v frekvenčnih distribucijah posameznih postavk. Stabilne socialne orientacije so tiste, kjer so stabilne tudi distribucije posameznih postavk, ki sestavljajo socialno orientacijo.

Socialno orientacijo sestavlja množica stališč, ki se nanašajo na različne aspekte objekta stališč. Tudi predmet stališč lahko prikažemo na taksonomski način . Različni aspekti oz. atributi se v tem primeru nahajajo na različnih nivojih splošnosti: so bolj ali manj splošni oz. bolj ali manj konkretni. Pri bolj kompleksnih objektih je taksonomija bolj razčlenjena kot pri manj kompleksnih. - Analiza sprememb socialnih orientacij je zato zahtevnejša od analize sprememb posameznih stališč. Vprašamo se lahko tudi to, v čem se kaže sprememba socialne orientacije (oz : kdaj lahko govorimo o spremembah socialne

orientacije). Splošnejše socialne orientacije lahko sestavljajo manj splošne, posebnije socialne orientacije. Socialna orientacija v zvezi z družbo kot celoto je lahko sestavljena iz socialnih orientacij v zvezi z njenimi institucijami, hierarhijo, vrednotami.

Pri socialnih orientacijah oz. pri stališčih s kompleksnejšim objektom je ta objekt eksplicitno izražen predvsem na višjih nivojih posploševanja. To je razumljivo, saj ti nivoji omogočajo tudi izrazitejšo sintezo različnih aspektov. Za kompleksnejše objekte je značilna večja množica aspektov : njihova sinteza je možna šele na višjih nivojih posploševanja. Informacija o objektu (predmetu) stališč je zato pri kopleksnejših objektih splošnejša informacija. Informacija o objektu, ki je hkrati njegova identifikacija, je zato nujno splošna.

Recimo, da imamo opravka s kompleksnim objektom stališč. Stališča skušamo izmeriti s pomočjo stališčne lestvice. Ali lahko predhodna informacija o objektu stališč vpliva na odgovore stališčne lestvice? Če vpliva, lahko govorimo o sorazmerno "neizdelanih" stališčih . " Izdelanost " stališč je pojem, ki se nanaša na stabilnost strukture stališč. Povezana je tudi s kognitivno kompleksnostjo.

Skušajmo tukaj za sedaj tudi končati naš krajši miselni izlet, kjer smo si privoščili socialno-psihološke premisleke o zunanjih značilnostih (vedenja), socialnih orientacijah, stališčih in informacijah. Gre za uvodne premisleke pred tehtnejšo opredelitvijo izbranega problema, ki smo ga na hitro že predstavili v obliki vprašanja : kakšna je zveza med stališči do sprejemljivosti hierarhičnih razmerij v družbi in stališči do pomembnosti vrednostnih simbolov ? Kateri so faktorji , ki (lahko)vplivajo na odnos med tema dvema socialnima orientacijama ? Kakšna je pri tem vloga kognitivnega faktorja informiranosti o stališčnem objektu ? Dejali smo že, da empirični poskusi odgovorov na to vprašanje segajo v sredo 80 - tih let. O njih morda kdaj drugič. S podajanjem naših premislekov pa smo skušali vsaj nekoliko tudi vsebinsko osvetliti tedanjo miselno pot do opredelitve problema. Za spremembo je ta nekdanja pot v pričujočem sestavku tudi edina referenca njegovega pisanja.