

O. Must, L. Adov, M-L. Mägi (Tartu Ülikool), 2013



E-kursuse
"SOPH.00.288 Sotsiaalpsühholoogia"
materjalid

Aine maht 3 EAP

Olev Must, Liina Adov, Mari-Liis Mägi (Tartu Ülikool), 2013

Sisukord

Sotsiaalpsühholoogia olemus, arengulugu ja klassikud.....	3
Sotsiaalne mina.....	11
Sotsiaalne tajumine.....	17
Hoiakud.....	22
Sotsiaalne kategoriseerimine.....	29
Eelarvamused.....	34
Sotsiaalne mõju.....	39
Grupiprotsessid.....	45
Prosotsiaalne käitumine	53
Agressioon.....	57

Sotsiaalpsühholoogia olemus, arengulugu ja klassikud

Eelajalugu

Platon – ühiskonnakeskne lähenemine

Aristoteles - indiviidikeskne lähenemine

18.- 19. saj

Hegel: supra-individaalne grupi teadvus

Bentham: indiviidikeskne (naudingu printsiip, individaalne rahulolu)

Sotsioloogia teke

A. Comte (1798-1857): positivism

E. Durkheim (1858-1917): sotsiaalsed faktid on individaalsest teadvusest sõltumatud ning neid determineerivad kollektiivsed ettekujutused, sotsiaalsed representatsioonid

Evolutsiooniteooria

C. Darwin (1809-1882)

The Descent of Man (1871): inimene on sotsiaalne loom, kellel on kujunenud võime kohaneda muutuvale keskkonnale füüsiliselt, sotsiaalselt ning vaimselt.

The Expression of the Emotion in Man and Animals (1872): emotsioonid täidavad nii liigisisese kui liikidevahelise kommunikatsiooni funktsiooni.

H. Spencer (1820-1903): sotsiaaldarvinism

Kirjeldav sotsiaalpsühholoogia 19. sajand

Saksamaa:

- Rahvastepsühholoogia (*Völkerpsychologie*): M. Lazarus (1824-1903), H. Steinthal (1823-1899), W. Wundt (1832-1920)
- 1860: *Zeitschrift für Völkerpsychologie und Sprachwissenschaft* – esimene sotsiaalpsühholoogia ajakiri.

Prantsusmaa:

- meditsiiniline alge: universaalne loommagnetism, hüpnoos (F. Mesmer, 1734-1815); bakterioloogiline nakatumine (L. Pasteur, 1822-1895)
- kriminoloogiline alge: vähenenud vastutus massisituatsioonis (S. Sighele; G. Tarde); *crowd*/hulk: ebanormaalne, kriminogeenne
- „Hulkade psühholoogia“ Le Boné, 1895.

Sotsiaalpsühholoogia Euroopas: indiviidi ja grupi käitumise sotsiaalne dimensioon - inimeste kogemus ja käitumine on kujundatud kultuuri ja ühiskonna poolt.

Sotsiaalpsühholoogia Ameerikas: sotsiaalpsühholoogiast sai teadus indiviidist, see kaugenes sotsiaalsete küsimuste lahendamisest.

Enne 2. maailmasõda oli sotsiaalpsühholoogia (Ameerikas) praktiliselt tundmatu valdkond kuid nüüd õpetatakse seda valdkonda peamiselt Ameerikas välja antud õpikute järgi.

Ameerika fenomen: Yale, Harvard, Michigan – esimesed ülikoolid, kus hakati sotsiaalpsühholoogiat õpetama.

Sotsiaalpsühholoogia sünnist tänapäevani

19. sajandil oli kasutusel mõiste sotsiaalpsühholoogia tähistamiseks uurimusi indiviidist ühiskonnas – ühiskonnapsühholoogia.

N. Triplett (1898): esimene publitseeritud eksperiment. Triplett märkas, et jalgratturid said paremad tulemused sõites koos teiste võistlejatega kui sõites üksi. Ta otsustas vaadelda antud fenomeni kontrollitud eksperimendi tingimustes. Sellist teaduslikku lähenemist võib pidada sotsiaalpsühholoogia alguseks.

Sarnaseid katseid tegi 1880ndatel ka M. Ringellmann. Erinevalt Triplettist märkas Ringellmann, et inimesete sooritus lihtsates ülesannetes (nt nõõri tõmbamisel) on kehvem siis, kui ta teeb seda kellegagi koos. Ringellmanni katsed avaldati alles 1913. aastal, seega kuulub esimesete avaldatud katsete au Triplettile.

Olenemata eelnevate katsete olulisusest sotsiaalpsühholoogia kontekstis, ei andnud kumbki tõuget sotsiaalpsühholoogia kui eraldiseisva valdkonna sünniks. Selle kujunemise juures on oluline osa kahel 1908. aastal avaldatud õpikul (üks Inglismaal ja teine USAs) ning 1924.

aastal Floyd Allporti poolt kirjutatud raamatul („Social Psychology“). Viimase puhul on oluline rõhk indiviidide vahelistel suhetel ja nende sotsiaalsel kontekstil – sotsiaalne käitumine tuleneb mitmetest teguritest. Samuti rõhutab Allport teadusliku meetodi ja eksperimentide kasutamise olulisust.

20. sajandi alguses oli kaks selget rõhuasetust sotsiaalpsühholoogia mõistmisel, mis väljendusid ka sajandi alguses välja antud õpikutes:

- uus distipliin, mis tegeleb indiviidi ja indiviidide vaheliste suhetega (McDougall, Inglismaa): *Introduction to Social Psychology*
- sotsiaalne kontekst individuaalsetele protsessidele, ühiskonna psühholoogia (Ross, USA): *Social Psychology*

Sotsiaalpsühholoogia noorus: 1930 – 1950

Hakati üha enam käsitlema sellel ajal olulisi sotsiaalpsühholoogilisi probleeme. Rõhutati saadud teadmiste kasutamist olulistes ning praktilistes valdkondades. Seda aega iseloomustab ka suur huvi tõus sotsiaalpsühholoogia valdkonna vastu. Olulised teemad sellel ajal olid eelarvamused, agressioon ja konformsus. II maailmasõda innustas paljusid sotsiaalpsühholoogilisi uurimusi.

Muzafer Sherif (1935): sotsiaalsete normide ja konformsuse uurimine eksperimentaalsetes tingimustes.

Kurt Lewin (1939): uuris põhiliselt liidri rolli ja grupiprotsesse. Lisaks pani Lewin aluse mitmetele fundamentaalsetele sotsiaalpsühholoogia printsiipidele:

- mida inimesed teevad oleneb sellest, kuidas nad tajuvad ja interpreteerivad maailma
- käitumine on inimese ja keskkonna vahelise interaktsiooni tulemus
- sotsiaalpsühholoogilisi teooriaid peaks olema võimalik kasutada oluliste ja reaalse probleemide lahendamiseks

Fritz Heider (1947)– „naiivne“ psühholoogia – oluline on see, kuidas tavainimesed mõistavad inimeste psüühikat.

Solomon Asch (1951): katsed konformsusega – minnakse kaasa grupi enamuse hinnanguga, kuigi viimane on ilmselgelt väär.

Frederick Bartlett “Remembering”(1932) Kongitiivse psühholoogia eelkäija. Motivatsiooni ja ootuste mõju tajus ja juttude edasi jutustamine, skeemi mõiste, info assimileerimine varasema teadmise, kultuuritaust on sündmuste interpretatsiooni taga

Paljud tänapäevased uurimisprobleemid pärit 1940 - 1960: interpersonaalne atraktiivsus, armastus, mulje kujunemine, sotsiaalne taju, kuulekus, konformsus, füüsilise keskkonna mõju jms.

Kindlus ja kriis: 1960 – 1970

Sotsiaalpsühholoogias käsitlevate teemade mitmekesisus: inimeste mõtted ja tunded seoses enda ja teistega, interaktsioonid grupis, sotsiaalsed probleemid, agressioon, füüsiline atraktiivsus ja stress. Seda aega iseloomustab suur produktiivsus, kuid ka kriis ja vaidlused.

Oluliselt kritiseeriti valdavalt uurimismeetodit – eksperimenti. Kriitika põhipunktideks olid eetilised küsitavused, eksperimentaatori ootuste mõju osaleja käitumisele, ajaloolised ja kultuurilised piirangud. 1970. kriisi sotsiaalpsühholoogias kirjeldasid ka mõttetud uuringud.

Loodi:

1966: *European Association of Experimental Social Psychology*

1971: *European Journal of Social Psychology*

Kaks olulist metodoloogilist arengut pärast II maailmasõda:

- käitumiselt kognitiivsele (esimene katse 1954, geštalteooria esitus)
- üldteooriatelt kitsastele käsitlustele

Leon Festinger (1957): kognitiivse dissonantsi (inimese hoiakuid on võimalik muuta läbi tema enda käitumise) ja sotsiaalse võrdluse teooria (inimesed on tundlikud teiste arvamustele ja see on oluline mõju).

Albert Bandura (1960ndad): agressiivsuse imiteerimine lastel – Bobo nuku eksperiment. Lapsed, kes nägid mudelit agressiivselt käitumas Bobo nuku suhtes, käitusid ise samuti pigem agressiivselt.

Stanley Milgram (1961): uuris destruktiivset allumist autoriteedile. Eksperimendis paluti osalejale A hinnata osaleja B hakkamasaamist mälukatses. Kusjuures valedes vastustes puhul oli osalejale A kohustus anda vastajale elektrilööki, mille tugevus katse jooksul suurenes. 2/3 osalejatest olid autoriteedi käsul nõus andma eluohtliku elektrilöögi teisele osalejale.

Phillip Zimbardo (1973): Rolli mõju inimese käitumisele – Stanfordini vanglaeksperiment. Eksperimendis osalenud üliõpilased jagati rollidesse: pooled vangideks, teised vanglaametnikeks. Vanglaametnike rolli täitnud katseisikud muutusid juba eksperimendi algfaasis kinnipeetavate suhtes karmiks.

Pluralism, küps iga: 1970 – 1990

Pluralismiperioodi võib kirjeldada läbi kahe metodoloogilise põhimõtte:

- erinevad teemad vajavad erinevaid uurimismeetodeid, seega on vajalik erinevate uurimismeetodite olemasolu
- mitte ükski uurimismeetod ei ole täiuslik, seega on vajalik uurida teemasid kasutades mitmeid meetodeid

Erimeelsused seoses sellega, millist inimese käitumise aspekti rõhutada:

- *hot* perspektiiv kirjeldab inimese mõtteid ja tegusid läbi emotsioonide ja motivatsiooni
- *cold* perspektiiv kirjeldab inimeste mõtete mõju nende tunnetele ja käitumisele

Kaks fundamentaalset nihet: kognitiivne suund ja rakenduslik suund.

Küpsed iga iseloomustab ka üha suurem rõhk kultuuridevaheliste erinevuste uurimisele. Avastati, et mitmed varasemalt univeraalseks peetud sotsiaalpsühholoogilised nähtused võivad kultuuriti erineda.

Põhilisteks uurimisteedeks olid antud ajaperioodil kausaalne atribuutsioon, soerinevused ning soo diskrimineerimine ja keskkonnapsühholoogia.

Lee Ross (1977): fundamentaalne atribuutsiooniviga – kirjeldab inimeste kalduvust hinnata teiste käitumist lähtuvalt nende dipositsioonidest ja isiksuseomadustest, kuid alahinnatakse situatsiooniliste mõjutajate olulisust.

Tänapäev: 21. sajand

Sotsiaalpsühholoogia on endiselt populaarne uurimisala. Trendideks selles vallas on:

- emotsioonide, motivatsiooni ja kognitsioonide uurimise integreerimine – nt kuidas motivatsioon mõjutab alateadlikke kognitiivseid protsesse ja vastupidi
- bioloogilised ja evolutsioonilised perspektiivid – üha populaarsematemaks uurimissuundadeks kujunevad sotsiaalne neuroteadus, käitumisgeneetika ja evolutsioonipsühholoogia
- kultuuriline perspektiiv – kultuuridevahelised uuringud (erinevuste ja sarnasuste uurimine erinevate kultuuride lõikes) ja multikultuurilised uurimused (uuritakse erineva rassi ja etnilise kuuluvusega gruppe ühes kultuuris)
- uute tehnoloogiate kasutamine – ajutöö uurimine sotsiaalsetes olukordades ning tehnoloogia kiire arengu mõju inimeste omavahelistele suhetele

Olulisel kohal on samuti uurimuste kordamine, metaanalüüs ning teooriate olulisuse rõhutamine.

Olulisemad teemad ja nende mõjutajad

Sotsiaalpsühholoogias on valdavalt domineerinud:

- sotsiaalne soodustamine (*social facilitation*)
- prestiiži kehtestamine (*prestige suggestion*)

- autoritaarne isiksus
- kognitiivne dissonants
- kalduvus riskile
- pealtnägija sekkumine
- dilemmade lahendamine
- üleõigustusefekt
- atribuutsioon

Käsitletavate teemade valikut on läbi aja mõjutanud:

- sotsiaalne ja poliitiline miljöö
- teooriad
- moodsad paradigmad – parasjagu populaarsemad teemad ja käsitlused
- keskuse/labori prestiiž – kuidas peaks hindama mingi teema esitanud uurimisrühma
- rahastamis- ja kirjastamispoliitika

Teemade aktuaalsuse kadumise põhjused

- probleem lahendatud – kognitiivne dissonants
- segadus empiirikas – uurimusi ei õnnestu korrata
- artefaktide ilmnemine – kirjeldatud nähtused ei ole nii paikapidavad kui algul arvati.
Nt autoritaarne isiksus, kalduvud riskile
- eetilised kaalutlused – teemade uurimise muudavad keeruliseks erinevad eetilised kaalutlused

Uurimismeetodid sotsiaalpsühholoogias

1. Eksperimentaalse sotsiaalpsühholoogia evolutsioon
 - algus: sotsiaalne soodustamine; Triplett
 - sotsiaalsed fenomenid on uuritavad ka laboris – Sherif, esimene eksperimentaalne uurimus
 - Lewin, Lippitt, White (1939): juhtimistüüp.
2. Hoiakute mõõtmise: Thurstone (1928) ja Likert
3. Sotsiomeetria: Moreno (1934) – grupisiseste suhete kaardistamise meetod
4. Süstemaatiline vaatlus – Robert Bales

Kasutatud kirjandus

Miles Hewstone & Wolfgang Stroebe, ed. (2004), Introduction to social psychology: a European perspective (3rd ed.), Massachusetts: Blackwell.

S. S. Brehm, S. M. Kassin & S. Fein. (2005). Social Psychology, 4th edition. Houghton Mifflin and Lawrence Erlbaum.

Turner, R.N. & Crisp, R.J. (2010). Essential Social Psychology 2nd Revised edition. SAGE Publications.

Sotsiaalne mina (Social self)

Minapilt (Self-concept)

Minapilt viitab inimese üldisele nägemusele iseendast, enesekohaste mõtete ja tunnete kogumile. Minapilt koosneb mina-skeemidest (self-schemas, Hazel Markus). Mina-skeemid on uskumused enda kohta, mis juhivad enese seisukohalt olulise info töötlemist. Näiteks võib indiviid pidada ennast introverdiks või ekstraverdiks, iseseisvaks või sõltuvaks, kiireks või pigem aeglaseks tegutsejaks. Erinevad mina-skeemid on inimeste jaoks erineva tähtsusega – tähtsamad omadused on need läbi mille eelistab indiviid ennast defineerida.

Minapildi alged

- Minapildi juures on oluline roll määl (ilma võimeta meenutada, kas sulle meeldib jooksmine, on sul vendi/õdesid, mis raamatuid sa oled lugenud jne, on enda defineerimine äärmiselt raske, kui mitte võimatu). Oluline ka märkida, et mälu ei ole perfektne – inimeste nägemus endast ja ka hoikud võivad mõjutada mälestusi.
- Kindlad ajupiirkonnad, mis töötlevad enesekohast infot (tehnoloogia kiire areng teinud võimalikuks uurida inimese aju, samal ajal kui ta töötleb informatsiooni, mis on seotud tema minapildiga (nt enda vs teiste pildi vaatamine)).
- Kas inimesed on ainsad, kes omavad arusaama endast? Gordon Gallupi poolt läbi viidud peeglitesti läbisid vaid inimahvid, seega võib eeldada, et teised loomad ei ole võimelised ennast ära tundma. Hilisemad uurimused on näidanud, et inimahvid pole siiski ainsad, nimekirja lisandusid näiteks delfiinid. (Peeglitest: et teada saada, kas loom on võimeline ennast peeglist ära tundma, tehakse ta otsaette värviline täpp. Kui peeglisse vaadates loom sellele täpile reageerib (nt katsub seda), võib oletada, et ta tundis peeglis olevas loomas ära enda.) Sama katsega tehtud ka kindlaks, et inimeste arusaam endast areneb alles 18 ja 24 elukuu vahel.
- Minapilt on sotsiaalne kontseptsioon. Ilma teiste inimesteta ei tekiks meil paljusid hoiakuid ja arusaamu endast – nt inimese ettekujutus enda häbelikkusest või julgusest tekib võrdluses teistega. Lisaks on ka oluline teiste arvamus meie omadustest.

Minapildi mõjutajad

- Introspektsioon – enda mõtete ja tunnete jälgimine. Siiski ei anna introspektsioon tihti meile objektiivset infot.

- Enda käitumise jälgimine – Darlyn Bem – enesetaju teooria (*self-perception theory*) – inimesed hindavad oma mõtteid või tundeid läbi oma käitumise ja keskkonna vaatluse. Nt: Olles alla kugistanud võileva mõistad, kui näljane sa tegelikult olid.
 - Emotsioonide tajumine – näo ilme muutmine toob kaasa vastava emotsiooni kogemise (*facial feedback hypothesis*). Ehk naeratamine muudab inimesi õnnelikumaks. Enesetaju teooria sisukohalt oleks loogika järgmine: „Ma naeratan, järelikult olen õnnelik“. Emotsioonide kohta annab tagasisidet ka üldine kehahoiak.
 - Motivatsiooni tajumine – Sisemine motivatsioon – inimest motiveerib tegutsema huvi tegevuse vastu, sellest saadav rahulolu või ka isiklik väljakutse. Nt erinevate hobide harrastamine, sõpradega ajaveetmine. Väline motivatsioon – tegevust ajendav motivatsioon pärineb välistest asjaoludest. Seega tegevus on tasustatud – kas rahaliselt või näiteks hinnetega. Mis juhtub kui sisemiselt motiveeritud tegevusele järgneb väline tasu? Uuringud on näidanud, et sellisel juhul väheneb sisemine motivatsioon (üleõigustamise efekt; *overjustification effect*) – nõ mängust saab pigem töö.
- Võrdlus endaga – inimene võrdleb enda kolme võimalikku vormi: reaalselt (milline ta on), ideaalselt (milline ta tahaks olla) ja teiste ootustele vastavat (*ought self*; milline ta peaks olema) (*self-discrepancy theory*). Viimased kaks on tugevalt mõjutatud inimese keskkonnast (millised on ideaalid ja normid).
- Teiste inimeste mõjutused – Vastates küsimusele „Kes sa oled“ kipuvad inimesed kirjeldama ennast viisil, mis rõhutab nende erinevust teistest. Näiteks: „Olen naine, 19 aastane...“ Tuleb rõhutada, et selline kirjeldus sõltub keskkonnast –on leitud, et peres, kus on palju tüdrukuid, kipuvad poisid rohkem rõhutama oma sugu. Leon Festinger – sotsiaalse võrdluse teooria (*social comparison theory*) – kui inimesed on ebakindlad oma oskustes või arvamustes, hindavad nad ennast võrdluses endale sarnaste kaaslastega. Muuhulgas kehtib teooria ka emotsioonide defineerimise korral. Kui inimene ei saa päris täpselt aru teda parasjagu valdavast emotsioonist, lähtub ta selle hindamisel kaaslaste emotsioonidest. Uurimustes on leitud, et olles mingil põhjusel ärevuses, hindavad vihaste inimeste seltskonnas olevad inimesed endagi emotsiooni pigem vihaks.

Kultuuride vahelised erinevused minapildis

Kultuuris domineerivad väärtused mõjutavad ka inimeste nägemust endast. Individualistlikes kultuurides väärtustatakse pigem iseseisvust, inimese erilisust ja autonoomiat, kollektivistlikes aga inimeste vahelist koostööd ja sotsiaalset harmooniat. Individualistlike maade näiteks võib tuua Ameerika, Austraalia, Suurbritannia, Kanada. Kollektivistlike maade näiteks Venezuela, Kolumbia, Pakistan, Peru, Hiina. Eelnevalt välja toodud väärtused on kultuurides niivõrd juurdunud, et muudavad ka inimeste minapilti. Individualistlikes kultuurides on inimestel sõltumatu nägemus (*independent view*) endast – nad näevad ennast kui iseseisvat ja autonoomset isikut kellel on unikaalsed seadumused Kollektivistlikus kultuuris näevad inimesed ennast teistega seotuna (*interdependent view*). Sellisel juhul on inimese minapilt seotud tema pere, sõprade ja kaastöötajatega.

Enesehinnang (self-esteem) ja enesetõhusus (self-efficacy)

Enesehinnang viitab sellele, millisel määral inimene väärtustab, hindab ja meeldib iseendale. Enesehinnang on minapildi emotsionaalselt laetud osa. Enesehinnangule viitavad näiteks järgnevad väited: „olen endaga rahul, mul on palju häid omadusi“ jne. Inimesel, kes pigem nõustub eelnevate väidetega, on kõrge enesehinnang. Enesehinnang ei ole elu jooksul püsiv omadus vaid on muutub vastavalt elus ette tulevatele sündmustele – näiteks ebaõnnestumised või nurjunud suhted võivad enesehinnangut negatiivselt mõjutada. Uurimuste tulemused viitavad, et kõrgem enesehinnang on seotud kõrgema enesekindlusega, parema terviseja õnnega.

Kuigi käesoleva teema raames on suurem rõhk enesehinnangul ja selle olulisusel minapildi seisukohalt, on oluline mainida ka teist olulist enesekohast hoiakut – enesetõhusust. Enesetõhusus - inimese hinnang oma võimekusele organiseerida ja täide viia tegevusi, mis on vajalikud teatud tüüpi tegevuse soorituseks. Sarnaselt enesehinnangule, peetakse ka enesetõhusust minapildi oskaks. Enesetõhususele viitab näiteks järgnev väide: usun, et suudan lahendada kõik probleemid, mis mu teele võivad sattuda. Väitega nõustumine viitab pigem kõrgele enesetõhususele. Uurimused on näidanud, et enesehinnang ja enesetõhusus on omavahel positiivselt seotud, see tähendab, et kõrgema enesehinnanguga inimestel kipub olema ka kõrgem enesetõhusus ning vastupidi. Samuti on leitud, et enesetõhusamatel inimestel on parem tervis ja nad on produktiivsemad. Viimane võib olla põhjustatud sellest, et kõrge enesetõhususega inimesed on järjekindlamad, seda ka keerukate ülesannete lahendamisel. Sarnaselt üldisema minapildiga, on ka enesetõhususe ja enesehinnangu kujunemise juures suur osa sotsiaalsel keskkonnal. Need hoiakud on mõjutatud kaaslaste arvamustest – nt kas väljendatakse positiivset suhtumist isikusse ja tema oskustesse.

Enesehinnangu tõstmine

Võib välja tuua neli meetodit, mida inimesed kasutavad oma enesehinnangu tõstmiseks (kindlasti ei ole nimekiri lõplik):

- Ennast teeniv tunnetus (*self-serving cognition*) –näiteks inimesed kalduvad arvama, et positiivsed sündmused on seotud nende isikuomadustega, negatiivsed tulenevad aga pigem keskkonnast. Ennast teeniv tunnetus väljendub mitmetes valdkondades. Näiteks kalduvad inimesed ülehindama enda tulemust varasemalt tehtud testis (mille reaalne tulemus on neile endile teada).
- Enda abituks muutmine (*self-handicapping*) – olukord, kus inimesed ise kahjustavad või takistavad enda sooritust, et välja vabandada võimalikku läbikukkumist. Näiteks viivitamine, kus tudeng lükkab üha edasi essee kirjutamist. See võimaldab kehva tulemuse puhul süüdistada ajapuudust. Teiseks näiteks on liigselt kõrgete eesmärkide seadmine.
- Teiste hiilguses peesitamine (*bask in reflected glory*) – inimesed kalduvad rõhutama ja välja tooma oma seotust just edukate kaaslastega. Samuti esineb ka vastupidine tendents – vähendada tajutud seotust nendega, kes on ebaõnnestunud.
- Endast kehvematega võrdlemine (*downwards social comparison*) – kui inimese enesehinnang on ohus (nt ebaõnnestumise tõttu) võib kasulik olla võrdlus kaaslasega, kes on veel õnnetas olukorras. Sarnane võrdlus võib toimuda ka enda mineviku olukorraga (vanasti olid mul veel halvemad hinded, veel vähem raha vms).

(Vastand eelnevale sotsiaalse võrdluse tendentsile oleks võrdlus endast parematega (*upward social comparison*). Sellisel juhul võrdleb inimene ennast edukama kaaslasega.)

Tiigi efekt (*big-fish-little-pond effect*)– sotsiaalse võrdluse näide

Tiigi efekti kohaselt on koolide keskmine akadeemiliste tulemuste tase negatiivses korrelatsioonis õpilaste akadeemilise minapildiga. Seega on parema akadeemilise tasemega koolide õpilaste hinnang akadeemilisele minapildile madalam võrreldes õpilastega madalama tasemega koolidest.

Efekti ilmnemine sellisel kujul on küllaltki üllav. Võiks arvata, et enda enesehinnangu ja minapildi säästmiseks nõudlikus keskkonnas keskendub õpilane just positiivsele võrdlusele (nt teiste hiilguses peesitamisele ja endast kehvematega võrdlemisele), mille tulemusena esineks efekt vastupidiselt. Siiski on uurimused näidanud, et akadeemiliselt edukamad õpilased kipuvad tegema võrdlust just endast parematega. Samuti mängib tiigi efekti

esinemise juures suurt rolli võrdlus üldistatud teistega (*generalized others*; võrdlus laiema valikuga õpilastest, nt võrdlus klassi- või koolikaaslaste akadeemilise tasemega).

Kultuuride vahelised erinevused enesehinnangus

Kas individualistlikus kultuuris elavad inimesed erinevad enesehinnangu poolest nendest, kes elavad kollektivistlikus kultuuris? Esimene vastus oleks, et pigem jah - individualistlikus riigis elavad inimeste tulemused enesekohastes küsimustikes viitavad keskmiselt kõrgemale enesehinnangule. Eelnevat tulemust võib mõjutada kollektivistlike riikide omapära hinnata inimeste sarnasust – inimesed tunnevad survet olla teistega sarnane ja seda ka küsimustikes väljendada. Enesehinnangut on erinevates kultuurides uuritud ka implitsiitsete testidega. Saadud tulemused viitavad pigem sellele, et võrreldud kultuurides on inimestel keskmiselt sarnane enesehinnang. Seega võib kokkuvõtteks öelda, et individualistlike ja kollektivistlike kultuuride inimesed ei erine enesehinnangu poolest. Küll aga selle poolest, kas on soovituslik välja näidata oma erilisust (sealhulgas kõrgemat enesehinnangut) või mitte.

Kasutatud kirjandus

Bandura, A. (1977) Self-efficacy: Toward a Unifying Theory of Behavioral Change. *Psychological Review*, 84, 2, 191-215.

Bong, M.; Skaalvik, E. M. (2003) Academic self-concept and self-efficacy: how different are they really? *Educational Psychology Review*, 15, 1, 1-40.

Crisp, R. J., & Turner, R. N. (2010). *Essential Social Psychology* (2nd ed.). Great Britain: SAGE Publications Ltd.

Kassin, S., Fein, S., & Markus, H. R. (2008). *Social Psychology* (7th ed.). USA: Houghton Mifflin Company.

Marsh, H. W. (1984). Students' evaluations of university teaching: Dimensionality, reliability, validity, potential biases and utility. *Journal of Educational Psychology*, 76, 707-754.

Marsh, H. W., Trautwein, U., Lüdtke, O., & Köller, O. (2008). Social comparison and big-fish-little-pond effects on self-concept and other self-belief constructs: Role of generalized and specific others. *Journal of Educational Psychology*, 100, 510-524.

Rimm, H.; Jerusalem, M. (1988). Adaptionand validation of an Estonian version of the General Self-efficacy Scale (ESES). *Anxiety, Stress and Coping*, 12, 329-345.

Sotsiaalne taju

Sotsiaalne taju - viis, kuidas inimesed kodeerivad, töötlevad, mäletavad ja kasutavad informatsiooni sotsiaalsetes situatsioonides, et teiste käitumisest aru saada.

Sotsiaalse taju esmased elemendid – vaatlus

1. Esimesed muljed – inimesed annavad kaaslastele esimesi hinnanguid väga kiiresti, ja seda isegi väga lühikese aja jooksul vaadatud pildi põhjal. Näiteks nõ lapsenäoga inimesi, kellel on suured silmad, ümar nägu, suur otsaesine, sile nahk jne, peetakse soojemateks, lahkemateks, naiivsemateks ja nõrgemateks.
2. Situatsioonid – inimestele on olulised situatsioonilised märgid. On olemas mitmeid stsenaariume erinevatest olukordadest – näiteks õhtusöök (sh mis on selle toiminguga osad). Teadmised nendest stsenaariumidest annavad inimestele väärtuslikku infot mõistmaks teiste inimeste käitumist.
3. Käitumine – inimeste jaoks on lihtne teiste liigutuste põhjal tuletada selle tegevuse eesmärki; näiteks liigestele asetatud täppide põhjal on võimalik aru saada, mida inimene teeb.

Lisa: <http://www.biotionlab.ca/Demos/BMLwalker.html>;

<http://www.youtube.com/watch?v=f8TFi6qvPbc>

Mitteverbaalne suhtlus

Eksisteerib 6 põhiemotsiooni – õnn, kurbus, viha, üllatus, hirm ja põlgus. Need on sarnased erinevates kultuurides – inimesed on üllatavalt täpsed nende äratundmisel piltidelt, kusjuures kõige paremini tuntakse ära õnne. Lisaks on olulised kehakeel, silmkontakt ja puudutus. Mitteverbaalse suhtluse normid varieeruvad kultuuri: näiteks inimeste kaugus üksteisest suhtlussituatsioonides jms. Mitteverbaalne osa suhtlusest aitab muuhulgas avastada ka valetamist.

Lisa: Viiteid kehakeelele:

http://www.youtube.com/watch?v=dW9ztSUGY_Q

Naiivne teadlane vs heuristikud

Inimest peetakse ratsionaalseks olendiks, kes analüüsib infot kui **naiivne teadlane** (*naive scientist*) – läheneb informatsioonile süsteemselt ja teeb teadlikke otsuseid. Siiski on selline infotöötlus aga suhteliselt töömahukas, ning lihtsam oleks kasutada mingi süsteemi

analüüsimisel nn mentaalseid otseteid (*mental shortcuts*). Tihti ei ole inimestel ajalisi ega kognitiivseid ressursse, otsuseid on vaja teha kiiresti ja otsitakse viise, kuidas seda saaks suurema pingutuseta. Nõnda käituvad nn **kognitiivsed minimeerijad** (*cognitive miser*). Kognitiivseid ressursse mingite otsuste tegemisel hoitakse kokku kasutades **heuristikuid** – aega säästvaid mentaalsed otseteid, mis taandavad keerulised otsustusprotsessid lihsateks rusikareegliteks. Need on kiired ja lihtsad, kuid tuleb silmas pida, et infotöötlus võib olla kallutatud.

Kättesaadavuse heuristik (*availability heuristic*)- inimeste kalduvus hinnata mingi sündmuse tõenäosust või sagedust lähtuvalt sellest, kui hõlpsasti saab sellise sündmuse kohta näiteid tuua. Näiteks kardab inimene lennukiga lendamist rohkem siis, kui ta on just kuulnud lennuõnnetusest. Ehk see, kui tõenäoliselt ta lennuõnnetust peab, sõltub infohulgast, mida ta selle kohta saanud on.

- **Väära konsensususe efekt** (*false consensus effect*) – kognitiivne kalle, mille kohaselt kipuvad inimesed ülehindama, kui palju on teised nende tõekspidamiste ja arvamustega nõus. Näiteks küsib neerupuudulikkuse all kannatav Ants oma sõbralt, Vellolt, kas too oleks nõus talle loovutama ühe oma neeru. Vaatamata sellele, milline on Vello vastus, arvab viimane, et valdav osa inimesi vastaksid samamoodi nagu tema (valekonsensus). Hinnang teiste inimeste hoiakutesse ja arvamustesse on mõjutatud meie oma hoiakutest. Väära konsensususe efekt kaasneb tihti kättesaadavuse heuristikuga kasutamiselega.
- **Baastaseme eksitus** (*base rate fallacy*) – otsuste tegemisel ignoreeritakse olulist statistilist infot ja keskendutakse vaid mingile spetsiifilisele osale informatsioonist.

Näide: Surmav haigus tabab ühte 10 000 inimesest. Haiguse avastamiseks on loodud test, mis on 99% juhtudest täpne. Jaan tegi testi ning tema arst teavitas, et mees on nakatunud antud surmavasse haigusesse. Jaan aga ei muretse, sest...

- Test on 99% täpne, mis tähendab, et 99 inimest 100st saab õige tulemuse. Surmav haigus on aga ühel 10 000 inimesel. Kui testi teeb miljon inimest, siis juhtub haigus olema ligi sajalt, 999 900 aga mitte. 1% ehk 9 999 inimesele, kel tegelikult haigust ei esine, öeldakse, et nad on haiged. 100 korda suurema tõenäosusega on Jaan nende 9 999 seas, kes on saanud vale diagnoosi kui 99 seas, kes on tõesti nakatunud ning

saanud õige diagnoosi.

Jaani testitulemus on seega tõenäoliselt ebakorrekne, kuna on tehtud baastaseme eksitus. Seda saab vältida etteantud informatsiooni sügavamalt analüüsidest ning arvesse võttes üldist statistilist infot lisaks spetsiifilisele informatsioonile.

Sotsiaalpsühholoogias: inimesed kardavad pigem sattumist lennuõnnetusse kui autoõnnetusse, kuna meedia vahendusel on nendeni jõudnud ohtralt informatsiooni lennuõnnetuste toimumisest. Ignoreeritakse statistikat, mille kohaselt on autoõnnetusse sattumine palju tõenäolisem (baastase).

Motiveeritud taktik (*the motivated taktician*)

1996. aastal nentis Kruglanski, et inimesed on paindlikud sotsiaalsed mõtlejad, kes valivad erinevate kognitiivsete strateegiatega vahel, võttes arvesse hetke-eesmäke ja -vajadusi. Inimesed on motiveeritud taktikud, mitte ainult kas naiivsed teadlased või kognitiivsed minimeerijad. See tähendab, et otsustatakse olenevalt situatsioonist, millist lähenemist kasutada. Põhjuseid, miks inimesed kasutavad mõnikord heuristikuid ehk on kognitiivsed minimeerijad:

- aeg – heuristikud aitavad kiiresti otsustada;
- kognitiivne koorem – ei vaja palju mõtlemist;
- olulisus – tähtsate otsuste langetamisel pigem heuristikuid ei kasutata (nt töökoha vahetus);
- informatsioon – mida vähem informatsiooni, seda raskem analüüsida ja kaalutletud otsuseid langetada, kasutatakse pigem heuristikuid

Atributsioonid – teiste tegevuse tagamaad

Ümbritevast maailmast aru saamiseks püüavad inimesed mõista teiste inimeste käitumise põhjuseid.

Atributsiooniteooria

Atributsioon on inimeste vajadus omistada põhjuslikkust teiste indiviidide tegudele, et vähendada oma ebakindlust. Atributsioone võib laias laastus jagada kaheks: **sisemised/personaalsed** ja **välised/situatsioonilised** atributsioonid (*internal/personal and external/situational attributions*). Sisemise atributsiooni puhul põhjendatakse inimese käitumist tema sisemiste omadustega, näiteks isiksus, meeleolu, võimed, hoiakud vms. Välise atributsiooni puhul otsitakse põhjust pigem situatsioonilistest teguritest.

Kovariatsiooni mudel

Kelley väidab, et inimesed kasutavad atribuutsioonide omistamisel **kovariatsiooni printsiipi** – selleks, et midagi oleks mingi käitumise põhjuseks, peab see esinema siis, kui esineb teatud käitumine, ja puuduma siis, kui käitumist ei esine. Otsustamiseks, kas oleks õigem kasutada sisemist või välist atribuutsiooni, on vaja järgmist informatsiooni:

1. Konsensus – kuivõrd kattub huvialuse käitumine teiste samas situatsioonis olevate inimeste käitumisega. Kõrge konsensusel puhul on käitumise põhjus situatsioonis.
2. Püsivus – kui püsiv on huvialuse käitumine erinevate stiimulite puhul. Kui käitumine ei ole püsiv (ehk püsivus on väike), siis peitub põhjus situatsioonis.
3. Erinevus – mil määral erineb huvialuse käitumine situatsiooniti, kui stiimul jääb samaks. Kui käitumine erineb palju, siis võib arvata, et põhjus peitub situatsioonis.

Inimesed kalduvad keskenduma vähem teiste inimeste käitumisele ehk konsensussele.

Oluline on info kättesaadavus ja aja ressurss. Kognitiivset energiat on oluline säästa, seega kasutatakse hinnangute andmisel tihti heuristikuid, kuid see võib põhjustada otsustamisel ja põhjuslikkuse omistamisel mitmeid vigu.

Fundamentaalne atribuutsiooniviga – otsides põhjuseid kaaslaste käitumisele, kalduvad inimesed üle tähtsustama isiksuseomadusi ja mööda vaatama situatsioonilistest mõjutajatest. Üheks klassikaliseks fundamentaalse atribuutsioonivea näiteks on uuring, kus osalejatel paluti lugeda Fidel Castrot pooldavaid ja tema vastu meelestatult kirjutatud esseesid. Lugejatele öeldi, et osale kirjutajatest anti teema ette (sundteema) ja teistel lasti valida, kas nad tahavad kirjutada teda pooldavalt või tema vastu meelestatult. Eelduste kohaselt olid vaba valiku olukorras lugejad arvamusel, et essee meelestatust peegeldas autori arvamust. Oli üllatav, et ka sundteema olukorras arvasid lugejad, et essee peegeldab autori meelestatust. Miks esineb fundamentaalne atribuutsiooniviga? Otsides kaaslaste tegevusele põhjendusi, lähtutakse silmatorkavamatest faktoritest.

Fundamentaalse atribuutsioonivea roll pettuse avastamises

Uuringud on näidanud, et inimesed on enamasti üpris kehvad valetamise tabamises. Eelneva tendentsi võimalikke põhjuseid on välja toodud mitmeid – näiteks püüdes tabada valet, keskenduvad vaatlejad pigem kõneleja teksti sisule ja vähem mitteverbaalsele suhtlusele.

Samuti on näidatud, et oma osa mängib fundamentaalne atributsiooniviga. Nimelt keskendutakse pigem kõneleja isiksuseomadustele ja jäetakse tähelepanuta situatsioonilised faktorid. Seega, kui vaatleja peab kõnelejat usaldusväärseks, siis ta kaldub arvama, et viimane räägib tõtt.

Osaleja-vaatleja kalle (*actor-observer bias*) – kalduvus omistada teiste inimeste käitumine sisemistele (dispositsioonidele) põhjustele ja enda käitumine välistele (situatsioonilistele) mõjutajatele. Tehti katse, kus kaks pealtvaatajat pidid jälgima kahte näitlejat, kes etendasid mingit vestlust. Pealtvaatajad rõhutasid dispositsioonide olulisust, samas kui näitlejad ise rõhutasid pigem situatsiooni olulisust. Siingi võib kallutatuse põhjust otsida info tajulisest silmatorkavusest. Pealtvaataja on keskendunud näitleja omadustele, samas kui näitleja keskendub situatsioonile.

Ennast teeniv (atributsiooni) kalle (*self-serving attribution bias*) – enda edu korral omistavad inimesed põhjuslikkuse pigem sisemistele omadustele, aga ebaedu korral välistele mõjutajatele.

Kultuurilised erinevused atributsioonides

Fundamentaalselt atributsiooniviga on algselt peetud universaalseks tendensiks, kuid uurimuste kohaselt ei pea erinevates kultuurides vastav atributsioonikalle paika samal määral. On näidatud, et võrreldes individualistlike kultuuridega, omistatakse kollektivistlikes kultuurides põhjuslikkust pigem situatsioonilistele faktoritele.

Kasutatud kirjandus

- Crisp, R. J., & Turner, R. N. (2010). *Essential Social Psychology* (2nd ed.). Great Britain: SAGE Publications Ltd.
- Kassin, S., Fein, S., & Markus, H. R. (2008). *Social Psychology* (7th ed.). USA: Houghton Mifflin Company.
- O'Sullivan, M. (2003). The fundamental attribution error in detecting deception: The Boy-Who-Cried-Wolf effect. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 29, 10, 1316-1327.

Hoiakud

Hoiak on uskumuste kogum mingi inimese, objekti, sündmuse või vaidlusküsimuse suhtes; ehk kestev hinnang sotsiaalse maailma erinevatele aspektidele. Hoiakud võivad olla nii positiivsed kui negatiivsed, kuid samuti võib inimesel olla neutraalne ehk mitte emotsionaalne arvamus millegi kohta.

Hoiakute kujunemine

Kokkupuute efekt (*mere exposure effect*) – mida pikemalt ollakse kokkupuutes mingi objekti või inimesega, seda positiivsemaks kujunevad hoiakud (Zajonc, 1968), sealjuures ei pea olema selle kellegi/millegagi otseses kontaktis. Ehk: mida rohkem midagi näeme, seda positiivsemaks kujunevad meie hoiakud selle suhtes. Zajonc tegi eksperimendi, kus näitas valimisse kuuluvatele indiviididele erinevate inimeste pilte (mõned pildid kordusid rohkem, teised vähem). Hiljem pidid osalised piltidel olevaid indiviide hindama; nähtus, et mida rohkem mingit pilti uuringu esimeses osas näidati, seda positiivsem oli vaatajate hinnang neile. Kokkupuute efekti on uuritud palju ning see ei kehti mitte ainult visuaalsel kokkupuutel, vaid ka auditoorsel, kokkupuutel toiduga jms.

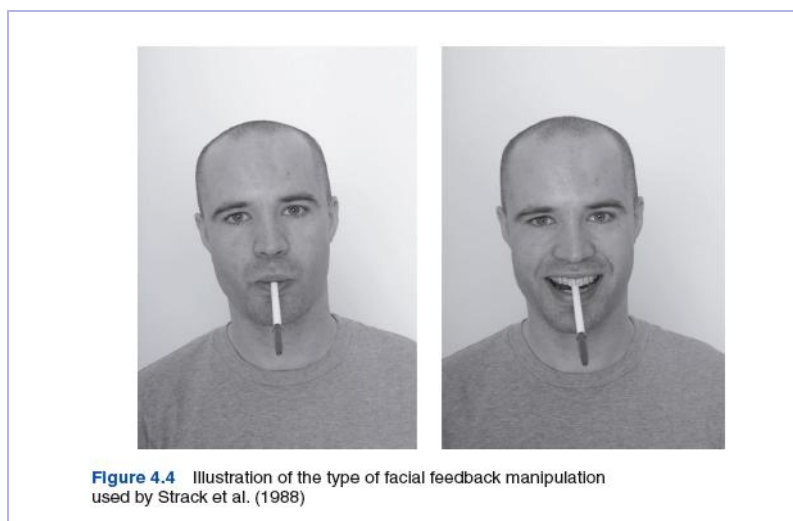
Assotsiatiivne õppimine on seose loomine stiimulite või reaktsioonide ja nende tagajärgede vahel. See jaguneb klassikaliseks ja operantseks tingimiseks.

Klassikaline tingimine - neutraalse stiimuli seostamine tingimatu stiimuliga (Pavlov, 1906); kui eelnevalt neutraalne stiimul seostada positiivse või negatiivse objektiga, muutub see ise vastavalt positiivseks või negatiivseks (nt esitada sõna koer koos positiivsete iseloomustavate sõnadega, kass aga negatiivsematega, siis kokkuvõttes kujuneb inimese hoiak koera vastu positiivseks, kassi vastu aga negatiivsemaks). Katsed on näidanud, et hoiakute muutumine ei pruugi olla kuigi suur; küll aga kaldub inimeste hoiak kellessegi või millessegi olema seda negatiivsem, mida vähem antud objekti kohta infot omatakse.

Instrumentaalne e. operantne tingimine - reaktsiooni seostamine tagajärgega (Skinner, 1938; Thorndike, 1911). Mingi käitumine muutub kindlamaks ja tugevneb, kui sellele järgneb tasu, nõrgeneb, kui järgneb karistus. Näiteks alustab laps korvpalli mängimist – kui teda julgustatakse ja kiidetakse, siis jätkab ta seda suurema tõenäosusega kui juhul, mil teda naeruvääristatakse halva mänguoskuse korral.

Enesetaju teooria (*self-perception theory*) – hoiakud kujunevad vastavalt oma enda käitumise jälgimisele (Bem, 1965). Näiteks küsiti eksperimendis katsegruppide käest näiteid nende keskkonnasäästlikust käitumisest, kusjuures ühe grupi puhul suunati küsimused nõnda, et katseisikutel tuli meenutada ja raporteerida rohkem, teistel vähem keskkonnasäästlikku käitumist. Leiti, et ennast hindasid keskkonnasäästlikuks need, kes raporteerisid säästlikku käitumist. Küll aga nähtus, et kui isiku hoiak mingi teema suhtes on küllaltki tugev, ei pruugi see muutuda.

Näoilme tagasiside hüpotees (*facial feedback hypothesis*) – inimese hoiakud muutuvad vastavalt tema näoväljendusele kellegi või millegi suhtes. Eksperimendis näidati, et kui inimene hindab naljakaid pilte hoides samal ajal pliiatsit hammaste vahel (hambad irevil; ilme tundus naeratav) on tema hoiak antud pildi suhtes positiivsem kui siis, kui ta hoiab pliiatsit huulte vahel (hambad ei paista, tõsine nägu). Zajonc püstitas sellega seonduvalt **vaskulaarse emotsiooniteooria** (vascular theory of emotion)– kui inimene naeratab, siis näolihased stimuleerivad vere voolu ajju – see muudab tuju positiivsemaks, kuna aju temperatuur langeb.



Funktsionaalne lähenemine (functional approach) – hoiakud formuleeruvad lähtuvalt sellest, kuidas nad suudavad rahuldada erinevaid psühholoogilisi vajadusi; selle näol on tegemist aktiivse teooriaga.

- utilitariaarne funktsioon (*utilitarian function*) – hoiakud kujunevad teiste heakskiidust lähtuvalt
- teadmised – mingid hoiakud aitavad inimesel organiseerida sotsiaalset keskkonda, aitavad luua ellu koherentsust
- ego kaitse – hoiakud aitavad inimesel kaitsta positiivset suhtumist endasse
- väärtuste väljendamine – hoiak, mis aitab väljendada mingeid inimese väärtusi

Hoiakud ja käitumine

Hoiakute ja käitumise vahelist suhet illustreerib hästi LaPiere'i katse (1934), kus ta ise ja hiinlastest paar reisisid mööda USA-d ja külastasid erinevaid teenindusasutusi. Vaid ühes asutuses keelduti hiinlasi teenindamast (diskrimineerimine). Kui LaPiere aga hiljem teenindusasutustest küsis, kas nad teenindaksid hiinlasi, vastasid 90%, et nad keelduksid.

Hoiakuid ja käitumist determineerivad tegurid

- spetsiifilisus – üldine hoiak võib olla ühtmoodi, ent spetsiifilises situatsioonis ei pruugita vastavalt sellele käituda
- aeg – mida pikem aeg hoiaku mõõtmise ja käitumise vahel, seda tõenäolisemalt muutub hoiak
- eneseteadlikkus – inimesed kogevad erinevat tüüpi eneseteadlikkust (avalik vs isiklik); nt võib inimesel olla negatiivne isiklik hoiak prügi maha viskamise suhtes ja ta ei tee seda, kui aga hoiak on avalik, siis privaatses olukorras võib ta antud tegevust sooritada
- kättesaadavus – kättesaadavuse heuristik: mida kergemini hoiak meelde tuleb, seda tõenäolisemalt inimene selle järgi käitub
- tugevus – mida tugevam hoiak, seda suurem mõju käitumisele

Planeeritud käitumise teooria (*theory of planned behaviour*) – Ajzen uuris, kuidas hoiakud ennustavad käitumist. Selle kohaselt on käitumuslikud kavatsused (koos muude teguritega) kõige proksimaalsemateks käitumise määravateimateks teguriteks. Käitumist ennustavad tegurid, mille interaktsioon determineerib käitumusliku kavatsuse:

- hoiakud
- subjektiivsed normid
- tajutud kontroll

Ajzeni kohaselt ei saa hoiakud ega normid iseseisvalt käitumist ennustada, vajalik on nende interaktsioon.

Põhjendatud tegevuse teooria (*theory of reasoned action*) vs spontaansuse - spontaanset käitumist ei saa ennustada antud teooria järgi

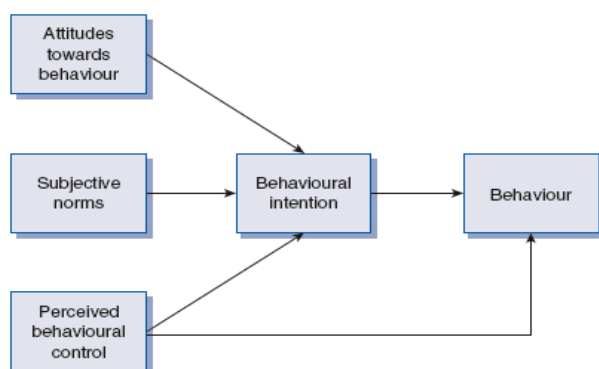


Figure 4.6 The theory of planned behaviour

Hoiakute muutumine

Kognitiivse dissonantsi (tunnetusliku ebakõla) teooria (Festinger, 1957) kohaselt tekitab inimese hoiakutega vastuoluline käitumine temas ebamugavustunnet. Ehk kui inimene käitub viisil, mis pole kooskõlas tema hoiakutega, tekitab see temas sisemist tasakaalutust. Inimesed on motiveeritud antud vastuolu lahendama ja otsivad viise, kuidas seda seletada. Juhul, kui seda ei suudeta, siis muudetakse oma hoiakuid. Antud teooria järgi põhjustab käitumine hoiakuid.

Ebakõla mõjutavad faktorid:

- õigustamine – kas inimene suudab õigustada oma käitumist, mis pole kooskõlas tema hoiakutega; juhul kui suudab, siis hoiakud ei muutu
- valikuvabadus – kui inimest sunnitakse tegema midagi, mis ei kooskõlastu tema hoiakutega, suudab ta tegu seletada ning dissonantsi ei teki
- panustamine/seotus – tugevam hoiak mõjutab rohkem inimese minapilti ja seda suurem on dissonantsi efekt

Igav katse (Festinger, 1959) – katseisikutel lasti teha igavat ülesannet, eksperimentaator lasi neil aga rääkida järgmistele sooritajatele, et katse oli huvitav. Osadele katsealustele lubati maksta korralikult (20 dollarit), teistele vähe (1 dollar). Need, kellele maksti rohkem, ütlesid järgmistele, et katse oli igav ja põhjendasid seda hiljem rahaga. 1 dollarit saanud ütlesid, et katse on oluline ja põhjendasid seda hiljem endale, et katse oligi tõepoolest vajalik (vältimaks kognitiivset dissonantsi).

Veenmine

Veenmine on hoiakute muutumine välistel põhjustel.

Veenmise kaksikprotsessi mudel (*dual process models of persuasion*)

Väljatöötamise tõenäosuse mudel (*elaboration likelihood model*) ja **heuristilis-süsteemaatiline mudel** (*heuristic-systematic model*). Mudelite rõhuasetused on erinevad, ent mõlema kohaselt on kaks viisi, kuidas veenmine võib põhjustada hoiakute muutumist. Need erinevad kognitiivse pingutuse hulga poolest: **tsentraalne** ehk süsteemaatiline tee ja **perifeerne** ehk heuristiline tee. Tsentraalset teed kasutatakse, kui inimesel on võimalik mõelda sõnumi sisu üle hoolikalt; perifeerset aga juhul, kui inimesel ei ole võimalik või ta ei ole motiveeritud analüüsima sõnumi sisu. Hoiakute muutumine võib toimuda mõlemal viisil, ent perifeerse tee kaudu formuleerunud hoiakud on nõrgemad ja ei ennusta käitumist nii hästi kui tsentraalse tee puhul.

Teede kasutamist mõjutavad tegurid:

- kõne tempo – kiire kõne puhul on sõnumi sisu töötlemine raskendatud

- tuju – rõõmsamad inimesed kasutavad pigem perifeerset, õnnetumad tsentraalset teed (negatiivsed emotsioonid annavad signaali, et midagi on korrast ära ja inimene hakkab sügavamalt analüüsima)
- individuaalsed erinevused – suurem vajaduse sügavalt mõtiskleda ja suurem enesemonitooring tingivad tsentraalse tee kasutamise
- huumor – oluline ja asjakohane huumor viib tsentraalse tee kasutamiseni

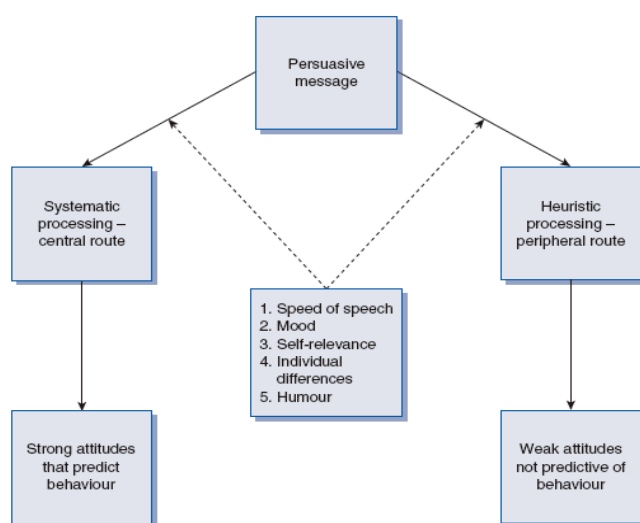


Figure 4.8 Systematic versus heuristic processing of attitude-relevant persuasive messages

Perifeerne protsess

Tsentraalse tee kasutamisel on hoiaku muutumise põhjuseks argumendi kvaliteet – kas see on veenev või mitte. Perifeerse puhul võetakse arvesse järgmiseid tegureid:

- füüsiline atraktiivsus – hoiakud pigem muutuvad, kui veenajaks on atraktiivne indiviid
- allika usaldusväärsus – usaldusväärseks peetakse sõltumatut eksperti
 - **magaja efekt** (*the sleeper effect*) – aja jooksul kaovad allika usaldusväärsusest tingitud erinevused veenmise edukuses. Nt tehti katse, kus USA üliõpilastele anti lugeda artikkel tuumaallveelaevade ohutusest. Nad olid selles rohkem veendunud, kui allikaks oli USA teadlane võrrelduna Nõukogude Liidu ajalehega. Neli nädalat hiljem küsiti samadelt tudengitelt uuesti nende

suhtumist tuumaallveelaevadesse – ei ilmnenud allika usaldusväärsusest tingitud erinevusi hoiakutes. See näitab, et aja jooksul hääbub inimese mälu, mis seotud informatsiooni edastajaga.

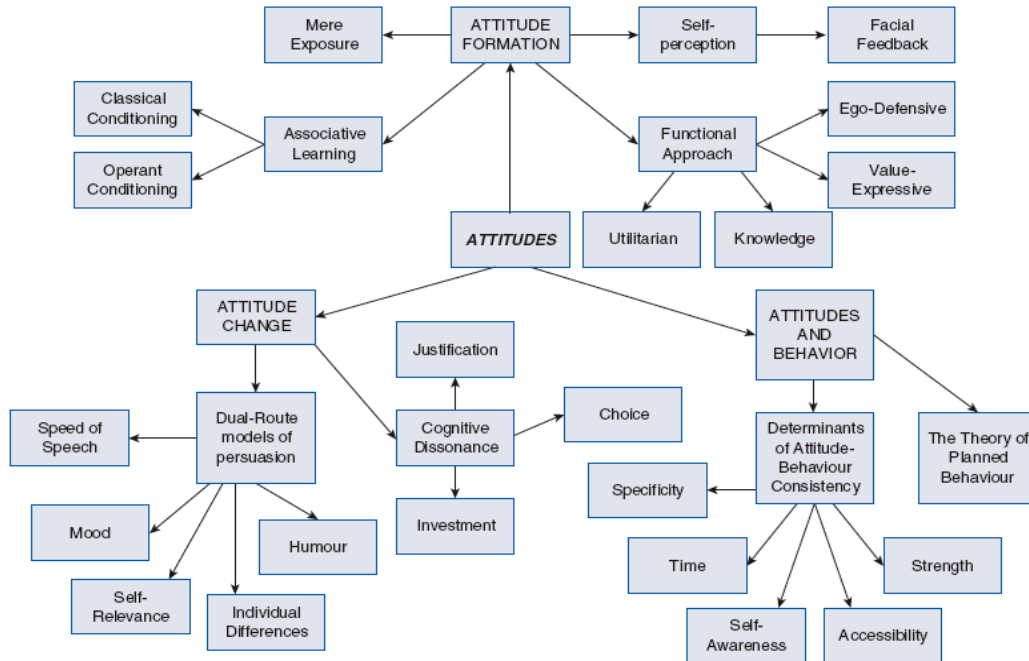


Figure 4.10 Memory map

Kasutatud kirjandus

Turner, R.N. & Crisp, R.J. (2010). *Essential Social Psychology 2nd Revised edition*. SAGE Publications.

Sotsiaalne kategoriseerimine

Kategoriseerimine tähendab millestki aru saamist teades, millistele teistele asjadele on see sarnane ja millistest erineb, ehk kategoriseerimisel liigitatakse mingeid objekte, sündmusi, hoiakuid või elusolendeid.

Kategooria on näidete hulk, mis vastab mingile mõistele - sildistatakse gruppi, mille liikmed on üksteisega seotud (nt mööbel: laud, tool, pink). Samuti võimaldab kategoriseerimine asju omavahel võrrelda (nt koerad vs kassid).

Esmalt on uurijad seadnud kategoriseerimisele jäigad piirid, kuid aja jooksul on need lõdvenenud. Näiteks Bruner jt (1956) väitsid, et kategooriasse kuulumine sätestatakse **defineerivate tunnuste** kaudu – nt lind on lennuvõimeline, tal on tiivad ja nokk. Kui olekusel ükski neist tunnustest puudub, ei ole tegemist linnuga. Aga pingviin ja emu? Sai selgeks, et selline lähenemine on liiga jäik, sest paljudel kategooriatel on hägused piirid: nt koduloom võib olla nii koer kui ka madu, ent neil ei ole just palju füsioloogilisi sarnasusi. Leiti, et kategooriate liikmed võivad olla vähem või rohkem tüüpilised. Tüüpilisuse määrab **prototüüp**: kõige esinduslikumad kategooria liikmed. Näiteks, kui paluda mõelda mingi puuvilja peale, siis pigem tulevad meelde selle kategooria tüüpilisemad liikmed – õunad ja pirnid, vähem nt granadill.

Kategooriate sisu

Prototüüpe nimetatakse sotsiaalsete situatsioonide puhul **stereotüüpideks** – kinnistunud seoste kogum, mis väljendub isiku hoiakutes, harjumustes ja käitumises. Stereotüüp on üldistatud püsiv mulje mingist nähtusest, mis tavaliselt vastab väga vähe tegelikkusele. Protsessi, kus vähemusgruppe hakatakse seostama negatiivsete stereotüüpidega, nimetatakse **illuoorseks korrelatsiooniks** ehk uskumuseks, et kaks muutujat on omavahel seotud, kuigi tegelikkuses on sarnasus minimaalne või puudub. Hamilton ja Gifford (1976) tegid katse, kus mõtlesid välja kaks gruppi: grupp A ja grupp B, ning palusid katsealustel lugeda gruppide kohta teatud infot, kusjuures grupi A kohta oli kaks korda rohkem informatsiooni. Mõlema grupi puhul oli positiivseid omadusi kaks korda rohkem kui negatiivseid. Katseisikud omistasid kirjeldamisel vähemusgrupile B aga enam negatiivseid tunnuseid – katseisikutele tundus illuoorset, et negatiivsed omadused on vähemusgrupile iseloomulikud. Fenomeni seletati sellega, et kuna vähemusgrupis olid nii positiivsed kui negatiivsed omadusi arvuliselt vähem ehk need ilmusid tihedamini ja seetõttu paistsid rohkem silma.

Kategooriate struktuur

Kategooriad ei varieeru ainult sisu, vaid ka struktuuri poolest: **heterogeensesse** kategooriatesse kuuluvad paljud erisugused inimesed, **homogeensesse** need, kes on

omavahel väga sarnased. Gruppide vaheliste erinevuste kontekstis näevad **in-gruppi** kuuluvad inimesed **out-gruppi** kuuluvaid inimesi üksteisele olevat sarnasemad kui enda gruppi kuuluvaid indiviide. Tegemist on *out*-grupi **homogeensuse efektiga** (*outgroup homogeneity effect*; OHE; Jones, Wood ja Quattrone, 1981). Näiteks on valgetel inimestel raske eristada jaapanlaste nägusid; samuti jäävad inimestele paremini meelde *in*-gruppi ehk nende gruppi kuuluvad inimesed. Homogeensuse efekti põhjuseks on toodud asjaolu, et inimesed on rohkem harjunud oma grupi liikmetega ja on nendega rohkem tuttavad.

Samas on leitud, et

- efekt avaldub ka gruppide puhul, kus inimestel on üksteisele samasugune juurdepääs (nt sugude lõikes)
- avaldub ka laboris loodud gruppide puhul, kus inimestel pole üksteisega eelnevat kontakti
- *in*-grupi inimeste vahelise familiaarsuse suurenedes peaks kasvama ka homogeensuse efekt, kuid tihti ei ole see nii

Kategoriseerimise põhjused

Kategoriseerimist saab kasutada kõigis elu aspektides, see on kasulik. Esiteks, see säästab aega – inimesed saavad kiiresti teavet teiste kohta, kellega nad tuttavad ei ole, ning seega säästavad kognitiivseid ressursse muude ülesannete jaoks. Teiseks, kategoriseerimine aitab luua/selgitada nägemust maailmast – kui kategooria on aktiveerunud, kaldutakse nägema, et selle liikmetel on kõik omadused, mis seotud antud stereotüübiga. Kategoriseerimine aitab anda tähenduse, ennustada sotsiaalset käitumist ja kahandab ebakindlust. Nt: arvame, et kõik moslemid on terroristid või kõik modellid on söömishäiretega.

Millal me kategoriseerime?

Inimesed kalduvad kategoriseerima teisi siis, kui konkreetne inimene ei ole talle kuigi oluline, sest sedasi on hea ja kiire antud isiku kohta otsuseid langetada. Mõned faktorid kutsuvad kategoriseerimise esile mitteteadlikult:

- ajaline esmasus (*temporal primacy*) – kategoriseerimine nende omaduste baasil, mida esimesena tajutakse
- tajutav erinevus (*perceptual salience*) – erinevus tõstab kellegi või millegi esile, nt üks meesüliõpilane naisi täis auditooriumis
- sage ligipääs (*chronic accessibility*) – mingite omaduste põhjal kategoriseerimine on pidev ja muutub automaatseks (nt rass, sugu)

Stereotüüpide allasurumine

On tähendatud, et mida enam inimene soovib mingit mõtet teadlikult alla suruda, seda enam tuleb see meelde. Nt „ära mõtle roosast elevandist“. Macrae, Bodenhausen, Milne ja Jetten (1994) uurisid mõtete allasurumise taktikat ja strateegiat, mis vähendab stereotüüpide kasutamist.

- Katse 1 – Kahele rühmale anti *skinhead*'i pilt ja paluti teda kirjalikult iseloomustada. Mõtteid alla suruma pidanud gruppi instrueeriti vältima kirjeldamisel stereotüüpide kasutamist. Kontrollgrupile juhiseid ei antud. Hiljem said mõlemad grupid ülesandeks kirjeldada mõnda teist *skinhead*'i (spetsiifilisemate instruksioonideta). Kontrollgrupp kirjeldas pildil olnud vähem stereotüüpselt kui mõtteid alla suruma pidanud grupp. Nähtus, et kui stereotüübid alla surutakse, kasutatakse neid hiljem rohkem.
- Katse 2 – Stereotüüpide alla surumise mõju käitumisele. Teises katses öeldi katsealustele pärast pildi kirjeldamist, et nad viiakse teise ruumi pildil olnud *skinhead*'iga kohtuma. Ruumis olid toolid, ühel toolil jope. Eksperimentaator nentis, et *skinhead* lahkus hetkeks, kuid tuleb peatselt tagasi. Katsealused, kes olid eelnevalt stereotüüpseid omadusi alla surunud, käitusid nüüd diskrimineerivamalt (istusid kaugemale toolist, kus oli jope).

Tõlgendus: kui inimesel palutakse stereotüüpseid omadusi vältida, peab ta need algul endale meelde tuletama, seega muutuvad need teadvusest kergemini kättesaadavamaks. Stereotüpiseerimine suureneb situatsioonis, kus kohtutakse stereotüüpse kategooria liikmega.

<https://www.youtube.com/watch?v=wCgx8zM3woQ>

Kategoriseerimise tagajärjed

Kategoriseerimine muudab stereotüüpidega kokkusobiva informatsiooni kättesaadavamaks ja mõjutab selle hilisemat meenutamist. Näiteks, kui väidetakse, et sünnipäevavideol oli ettekandja, siis video vaatajad ütlevad tihedamini, et mäletavad peategelast õlut joomas.

Kategoriseerimine ja eelarvamused

Inimestel on erinevate gruppide suhtes tihti kas negatiivsed või positiivsed stereotüübid. Näiteks on leitud, et inimesed meenutavad rohkem positiivseid omadusi enda grupikaaslaste kohta, samas kui teise grupi liikmete kohta meenub rohkem negatiivset. Sellised erinevused stereotüüpides võivad mõjutada ja alal hoida rassilisi eelarvamusi ning diskrimineerimist.

Stereotüübiga mitte kooskõlas olev informatsioon püüab tähelepanu. Näiteks märgatakse otsekohest poliitikut, kuna ausus ja otsekoheus käib vastu üldisele stereotüübile poliitikutest. Mittekooskõlalise info märkamine ja meelde jätmine nõuab kognitiivset pingutust. Selle vältimiseks jäetakse mittekooskõlalist infot meelde kui reegli erandit – stereotüübi alatüüpi. Näiteks on poliitiku näol tegemist vaid ühe erandiga; antud uus info liigitatakse alakategooriasse ning stereotüüpi pole vaja muuta. Rohkemate eranditega kohtumine võib viia kategooria prototüübi muutumiseni – näiteks tekib stereotüüp, et poliitikud ongi otsekohehed.

Kaksikprotsessi teooriad

Kaksikprotsessi teooriate kohaselt eraldub kategoriseerimine individualiseerimisest. Fiske ja Neubergi (1990): mulje kujunemine algab nii, et kõigepealt tahetakse mahutada keegi teatud kategooriasse. Juhul, kui ta sinna ei sobi, siis hakatakse teda individualiseerima.

Brewer (1988): de-kategoriseerimiseks nimetatakse juhtu, mil liigutakse kategoriseerimise juurest individualiseerimiseni. Väheneb stereotüüpiseerimine ning ebaõiglane negatiivne atribuutsioon.

Kasutatud kirjandus

Turner, R.N. & Crisp, R.J. (2010). *Essential Social Psychology 2nd Revised edition*. SAGE Publications.

Eelarvamused

Eelarvamused, diskrimineerimine ja gruppide vahelised kalded

Eelarvamuse näol on tegemist negatiivse hoiakuga out-grupi liikmetesse.

Inimesed, kes suhtuvad teistesse eelarvamusega, käituvad suurema tõenäosusega teiste suhtes diskrimineerivalt.

In-grupp – grupp, kuhu kuulud Sina. Sinuga samas grupis olevad inimesed on *in*-grupi liikmed.

Out-grupp – inimesed, kes pole Sinuga samas grupis.

In-grupi kalle – inimesed näevad oma grupi liikmeid positiivsemas valguses kui *out*-grupi liikmeid.

Inimesed kalduvad tihti kategoriseerima spontaanselt seda pikemalt analüüsimata. Kõige tihedamini esineb eelarvamusi rassi ja soo puhul; inimesi diskrimineeritakse nende rassi ja soo alusel. Kasutatakse stigmatisatsiooni, mis tähendab, et teisest jassist või soost peetakse enamusgrupi poolt madalamaks ning neile omistatakse negatiivseid karakteristikuid.

Rassism

Kellegi diskrimineerimine nende rassi alusel.

Jaguneb kaheks: vanamoodseks ja aversiivseks:

- **Vanamoodne rassism** – teisest rassist indiviide stereotüpiseeritakse ebaõiglaselt (nt mustanahalised on agressiivsemad ja vähem intelligentsed)
- **Aversiivne (vastandlik) rassism** – vähemusgrupi suhtes rõhutatakse võrdõiguslikkust (*a'la* kõiki tuleb võrdselt kohelda ning peab kaasa tundma rassilise diskrimineerimise ohvritele), kuid samaaegselt suhtutakse neisse eelarvamusega ja ollakse nende suhtes negatiivselt meelestatud.

Võrdõiguslik käitumine on paljudele oluline, seega põhjustavad negatiivsed emotsioonid vähemusgruppide aadressil inimeses ebamugavust ja häbi, mistõttu ei juleta tunnistada oma hoiakuid avalikult ega minda konfliktini. Õpiku autorid arutlevad, et praegune ühiskond on just nimelt vastandliku rassismi staadiumis.

Seksism

Kellegi diskrimineerimine sooliste erinevuste tõttu.

Enamjaolt (muidugi pole rusikareegel ☺) peetakse silmas meeste domineerivat käitumist naiste üle ja nende institutsionaalset seksuaalset ahistamist.

Jaguneb üldiselt kaheks: vaenulik seksism ja heatahtlik seksism:

- **Vaenulik seksism** – meeste hoiakud naiste suhtes, mille kohaselt on naised nõrgad, meestest vähem väärtuslikud ja irratsionaalsed.
- **Heatahtlik seksism** – naisi idealiseeritakse traditsioonilistes soorollides: perenaise ja emana. Hoiakud on küll positiivsed, kuid takistavad naistel võtmast ebatraditsioonilisi rolle (nt „mehelikud“ ametid), ning soodustavad paternaarse ühiskonna jätkusuutlikkust.
- Võimalik on ka **ambivalentne seksism**: katses, kus meestel paluti mõelda naistest ebatraditsioonilises rollis (karjäärinaine), näitasid nad üles negatiivseid hoiakuid, ent situatsioonis, kus paluti mõelda naisest kui koduhoidjast, olid emotsioonid pigem positiivsed.

Seksismi näol on tegemist keerulise nähtusega, mida on raske välja juurida, sest – ei olda üdini positiivsed ega negatiivsed, seda raske välja juurida.

Eksplitsiitsed ja implitsiitsed eelarvamused

- **Eksplitsiitseid eelarvamusi** mõõdetakse küsimustikega, ent tulemused ei pruugi olla tõesed, kuna vastatakse sotsiaalselt soovitatavalt – ei raporteerita oma tõelisi hoiakuid, sest kardetakse, et need ühiskondlikult aktsepteeritavad (ka anonüümsete küsimustike puhul).
- **Implitsiitseid eelarvamusi** mõõdetakse millisekundilise täpsusega ehk kasutatakse meetodit, mille raames mõõdetakse, kui kiiresti reageerib inimene kohtudes objektiga, millele hoiak suunatud. Implitsiitsed eelarvamused võivad väljenduda juba siis, kui ainult nähakse teatud objekti ennast või sellega seonduvat.

Implitsiitsete assotsiatsioonide test (*implicit association test*; IAT; Greenwald, McGhee, & Schwartz, 1998) – ülesanded, mille raames mõõdetakse, kui kiiresti katseisik kategoriseerib positiivseid ja negatiivseid stiimuleid. Ehk esitatakse mingeid positiivseid ja negatiivseid sõnu

ja ilmneb grupikalle – katseisikud seostavad positiivseid sõnu pigem *in*-grupiga, negatiivseid *out*-grupiga.

<https://implicit.harvard.edu/implicit/>

Individuaalsed erinevused eelarvamustes

- **Autoritaarne isiksus**

Inimesed erinevad eelarvamuste rohkuse ja tugevuse poolest. Üheks seletuseks on pakutud, et tugevamad eelarvamused on autoritaarsusele kalduvatel isiksustel. S. Freudi kohaselt on autoritaarsus kaitsemehhanism, mis ilmneb neil, kelle vanemad on olnud liiga karmid. Vaenulikkus tungib hilisemas eas esile ja väljendub kellelegi (vähemusgruppidele) suunatud negatiivsete hoiakute näol. Antud teooria pole aga leidnud empiirilist kinnitust. Näiteks massilised tapatalgud (II ms, Rwanda kodusõda jms) ei olene väga inimeste autoritaarsetest omadustest.

- **Suunitlus sotsiaalsele domineerimisele** (*social dominance orientation*)

Ühiskondades valitsevad implitsiitsed ideoloogiad, mis kas soodustavad või nõrgestavad gruppide vahelist staatuste hierarhiat. Inimesed erinevad vastavalt sellele, mil määral nad aktsepteerivad ühiskonda juurdunud ideid. Seisuste varieerumise suhtes gruppides positiivsemalt meelestatud indiviidid usuvad, et mingis grupis kõrgema või madalama staatusega inimesed peaksid eelistama nendega samast staatusest inimesi. On leitud, et kõrge suunitlusega sotsiaalsele domineerimisele inimesed kalduvad olema muuhulgas samasooliste võrdõiguslikkuse ja immigratsiooni vastu.

Eelarvamused ja eneseregulatsioon

On leitud, et inimestel võib tekkida motivatsioon oma eelarvamusi kontrollida. Nimelt, kui inimene teadustab endale, et ta on käitunud vastavalt eelarvamusele, siis võib tal tekkida kognitiivne dissonants ning ta tunneb end oma käitumise pärast halvasti. Seetõttu soovib ta oma hoiakuid muuta ning jälgib ja kontrollib oma käitumist ja olukordi, kus tal tekivad eelarvamused. Lõpuks muutuvad inimese hoiakud teatud objekti suhtes

Eelarvamuste regulatsioon läbi sotsiaalse dialoogi

Eelarvamuste regulatsioon võib toimuda ka suhtluses teistega – lisaks sellele, et inimesed eitavad omaenda eelarvamusi, kipuvad nad eitama ka enda kaaslaste omi. Näiteks ütleb valge mees asiaadi kohta kili, kõrvalseisev abikaasa õigustab koheselt, et tema mees ei mõelnud seda ega pole rassist.

Eelarvamuste vähendamine

Kontakti hüpoteesi (*contact hypothesis*) kohaselt võib erinevate gruppide kontakt teatud tingimustes viia grupikalde vähenemiseni.

Selleks vajalikud tingimused:

- sotsiaalne keskkond peab soodustama integratsiooni (seadused!)
tekib kognitiivne dissonants; inimestel soov käituda vastavalt keskkonna soovitatavusele, muudavad hoiakuid
- kontakt peab tekkima keskkonnas, kus gruppidel on võrdne sotsiaalne staatus
- grupid peavad tegema koostööd saavutamaks ühist eesmärki

Gruppidevahelise kontakti arendamine on praeguseks üks populaarsemaid viide eelarvamuste vähendamiseks. Kriitika: kas positiivne suhtumine grupi ühte liikmesse tagab positiivse suhtumise kogu gruppi? Vähesed situatsioonid vastavad reaalselt kolmele kriteeriumile.

Gruppidevaheline sõprus (*cross-group friendship*) – inimesed suhtuvad *out*-grupi liikmetesse positiivsemalt, kui neil on sõpru vastavast *out*-grupist.

Kaudne kontakt (*indirect contact*)

- Laiendatud kontak (*extended contact*) – ainuüksi inimese teadmine, et tema *in*-grupi liikmetel on sõpru *out*-grupis, viib grupikalde vähenemiseni. Ei pea isiklikult teadma *out*-grupi liiget selleks, et suhtuda positiivsemalt.
- Kujutletud kontakt (*imagined contact*) – ettekujutus, et ollakse sotsiaalses kontaktis *out*-grupi liikme või liikmetega. Ainuüksi see vähendab negatiivseid hoiakuid *out*-grupi suhtes.

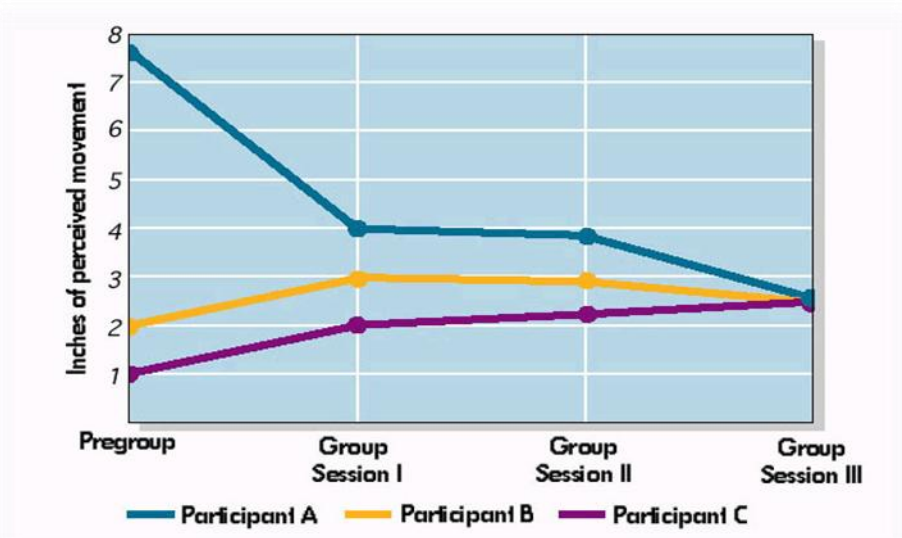
Kasutatud kirjandus

Turner, R.N. & Crisp, R.J. (2010). *Essential Social Psychology 2nd Revised edition*. SAGE Publications.

Sotsiaalne mõju kui isiku, grupi, situatsiooni võime/oskus/suutlikkus muuta teiste inimeste hoiakuid, teadmisi, emotsioone ja käitumist. Sotsiaalset mõju on kahte liiki – konformsus ja kuuletumis. **Konformsus** – hoiakute või käitumise muutus vastusena implitsiitsele, vihjatud sotsiaalsele normile. **Kuuletumine** – hoiaku või käitumise muutmine vastusena otsesele, eksplitsiitsele käsule.

Sotsiaalsed normid

Kust saavad alguse sotsiaalsed normid? Sherif'i 1935. aasta autokineetilise efekti katse näitas, et grupiliikmed jõuavad omavahel suheldes (arvamust avaldades) üksmeelsuseni ehk sotsiaalsete normideni. Katseisikutel paluti pimedas ruumis jälgida valgustäppi ja hinnata, kui palju viimane liigub (tegelikkuses oli täpp paigal – liikumine on illusoorne efekt, mida nimetatakse **autokineetiliseks efektiks**). Algselt paluti kõikidel katses osalejatel iseseisvalt hinnata täpi liikuvust. Hiljem järgnes mitu katset, kus osalejad pidid oma hinnangu avalikustama - tekkis juurde sotsiaalne kontekst. Katse käigus nägi Sherif, et osalejate hinnangud nihkusid eemale algsest, ning üha lähemale kaaslaste arvamusele (Vaata joonis 1). Sherif nimetas selle ühise standardi sotsiaalseks normiks. Tema esimene uurimus näitas, et normi kujunemiseks on oluline kaaslaste füüsiline lähedus. Hilisemad uurimused on näidanud, et norme on võimalik kujundada ka Interneti vahendusel. Sel juhul on oluline kaaslaste individualiseeritus.



Joonis 1. Joonis pärineb Sherif'i 1935 aasta uurimusest. Näidatud on kolme osaleja arvamuse muutumist katse jooksul.

Sotsiaalsete normide kujunemisele annab tõuke ebakindlus ehk olukord, kus inimesed ei ole kindlad selles, mida nad näevad või millised on nende hoiakud mingi teema suhtes.

Kokkuvõtvalt: üheks sotsiaalse võimu kandjaks on grupp, kes defineerib normid läbi mille mõjutatakse üksikisikuid.

Konformsus

Konformsuse all peetakse silmas käitumise ja hoiakute muutumist, et olla kooskõlas grupi/ühiskonna ootuste ja normidega. Kui Sherif'i katsetes ei olnud osalejad kindlad nähtava info õigsuses (kas ja kui palju täpp liikus), siis konformsuse puhul ei esine enamasti säärast ebakindlust teadmistes. Näiteks võib tuua Asch'i konformsuse katsed. Katseisikutel paluti hinnata, milline esitatud joontest oli sama pikk kui ette antud joon. Oma hinnang tuli avaldada kohe teiste osalejate kuules, kes tegelikkuses järgisid katse korraldajate juhiseid. Katse oli väga lihtne: ilma mõjutusteta eksis vaid 1% inimesi hinnangute andmisel. Kokku oli vaja hinnata 18 korda, millest kahel juhul vastasid teised osalejad õigesti, ülejäänud juhtudel vastasid teised ilmselgelt valesti. Jälgiti, kui palju tegelik katseisik läheb kaasa teiste vale hinnanguga. Asch leidis, et katsisikud vastasid konformselt 37% katsetest – ehk andsid samuti vale hinnangu. 76% katseisikutest vastasid konformselt vähemalt ühes katses (igal katseisik tegi läbi 18 katset).

Konformsuse juures on oluline roll nii *informatsioonilisel* kui ka *normatiivsel mõjul*. Informatsioonilise mõju korral ei ole otsuse tegijal piisavalt infot, et otsust vastu võtta. Seega pöördub ta teiste poole, et saada lisainformatsiooni otsust puudutavate tegurite kohta - näiteks Sherif'i katse. Asch'i katse puhul on aga tegu pigem normatiivse mõjuga, kus püütakse saavutada teiste omaksvõttu ja heakskiitu, vältides samaaegselt karistust ja hüljatust. Informatsioonilise mõju korral on enamasti tegemist *konversiooniga*, kus võetakse ka tegelikult omaks esitatav positsioon või vaatekoht. See võib hõlmata väga radikaalseid ja olulisi muutusi inimese vaadetes. Aschi katsete puhul on suure tõenäosusega tegemist vaid *nõustumisega (compliance)* – kus väliselt nõustutakse küll mingi seisukohaga, kuid see ei too kaasa sisemist hoiakute muutumist.

R. Cialdini poolt nimetatud nn *nõustumise professionaalide (compliance professionals)* eesmärk on on saavutada teiste nõusoleku saavutamine ja kuuletumine.

Autor on välja toonud kuus printsiipi:

1. Sõprus/meeldivus
2. Pühendumine/püsivus (*commitment/consistency*)
3. Kasinus (*scarcity*): väärtustatakse väheseid võimalusi

4. Retsiprooksus/vastastikkus

5. Sotsiaalne valiidsus: teha seda, mida arvatakse olevat õige teha antud situatsioonis

6. Võimu austus: allutakse legitiimsele võimule

Tabel 1. Näide nõustumise tehnikatest.

Request Shifts	Technique	Description
From small to large	Foot in the door	Begin with a very small request; secure agreement; then make a separate, larger request.
	Low-balling	Secure agreement with a request, and then increase the size of the request by revealing hidden costs.
From large to small	Door in the face	Begin with a very large request that will be rejected; then follow that up with a more modest request.
	That's not all	Begin with a somewhat inflated request; then immediately decrease the apparent size by offering a discount or bonus.

Konformsuse esinemise mõjutajad

Normatiivse mõju korral

1. Grupi kohesiivsus – mida ühtehoidvam grupp, seda kiirem konformsuse teke.
2. Grupi suurus – teatud piirini suurendab konformsuse teket.
3. Kaaslaste toetus – mida rohkem toetust, seda vähem konformsust.
4. Kultuuri normid – individualistlikud vs kollektivistlikud kultuurid

Informatsioonilise mõju korral

1. Enesekindlus
2. Ülesande keerukus

Kuuletumine

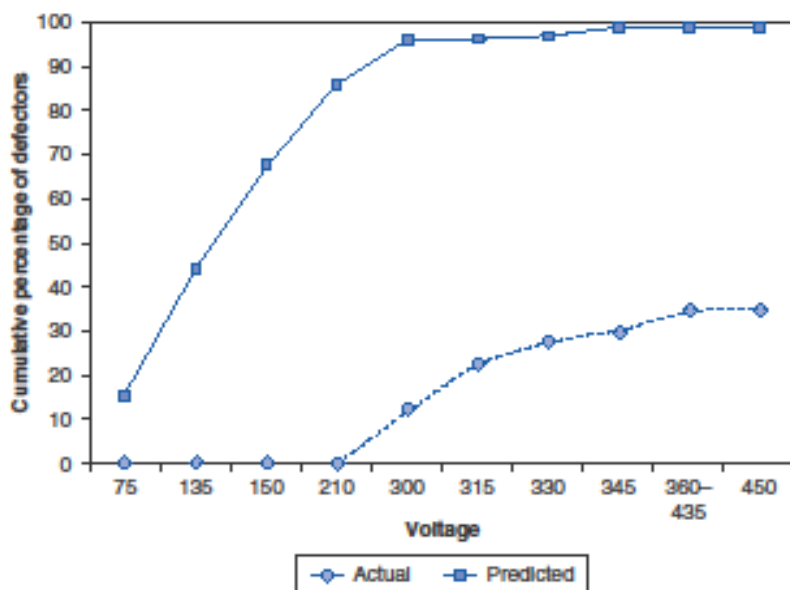
See, kui palju üksikisik või grupp omab sotsiaalset mõju, sõltub muuhulgas sellest, kas neil on võimu (*power*). Võim mõjutada teiste käitumist võib tuleneda mitmetest allikatest. French'i ja Raven'i (1959) kohaselt on kuus sotsiaalse võimu liiki:

1. Tasuvõim (*reward power*) – võim on sellele, kellel on võimalik jagada tasusid.
2. Sunnivõim (*coercive power*) – allumatusele järgneb tõsine karistus, millega ähvardatakse.

3. Legitiimne võim (*legitimate power*) - rolliga kaasnev võim, millega kaasneb ka õigus karistada või premeerida.
4. Referentvõim (*referent power*) – püütakse võimu omaja heakskiitu saada, võimu omajat nähakse tihti kui eeskuju.
5. Asjatundjavõim (*expert power*) – võim, mis kaasneb ekspertsusega mingis vallas. Näiteks arstid.
6. Teadmiste võim (*informational power*) – võim on teadmistes.

Lisaks on K. Lewin rõhutanud eestvedamise (*leadership*) ja M. Weber karisma võimu. Karisma võim viitab sellele, et mõned poliitilised juhid saavutavad endale alluvate indiviidide irratsionaalse pühendumise ja kuuletumise. Karismaatilise juhi tekkele aitab kaasa suur rahulolematuse ja stress. Uue tulevikuperspektiivi, visiooni, eesmärgi andmine on karismaatilise võimu allikas. Samuti võib võim pärineda impersonaalsetest rolli-eeskirjadest (Zimbardo katsed).

Milgram'i kuuletumise katsetes öeldi osalejatele, et uuritakse karistuse mõju õppimisele. Katseisik, kes oli õpetaja rollis, pidi kontrollima teise katseisiku vastuseid õppimise ülesandes. Iga kord, kui õppija valesti vastas, andis õpetaja talle elektrilöögi – alguses olid löögid väiksed, kuid kasvasid eksperimendi jooksul. Kusjuures osalejad olid eri ruumides ja õppija oli tegelikkuses eksperimentaator, kes ei saanud elektrilööke. Kui õpetaja püüdis katset pooleli jätta või midagi kurta, paluti tal siiski katset jätkata. Milgram palus eelnevalt mitmetel tudengitel ja psühhiaatritel hinnata, kui kaugele on inimesed nende arvates valmis minema (Joonisel 2. Toodud ennustatud väljalangevus). Jooniselt 2 võib näha, et 300 volti juures oli katse katkestanud vaid 10% osalejatest.



Joonis 2. Ennustatud ja tegelik kuuletumine Milgram'i katses. Andmed pärinevad Milgram'i 1963 aasta uuringust. *Joonis Crispy & Turneri (2000) õpikust.

Katset saab vaada siit – tegemist ei ole originaalkatsega (http://www.youtube.com/watch?v=pdb20gcc_Ns).

Milgram nimetas faktorid, mil mõjutavad allumist autoriteedile:

1. Kultuuri norm, mis soosib autoriteedile allumist
2. Käsk sooritada järjest ohtlikumaid tegusid – samm sammult suuremad elektrilöögid
3. Vastutuse kaldumine teistele – eksperimendi läbiviijatele, autoriteedile.

Lisaks eelnevale oli tähtis ka eksperimendi ja eksperimentaatori tajutud autoriteetsus (laboris rohkem kuuletumist kui näiteks mõnes suvalises kabinetis). Siingi on oluline kaaslaste toetus – kui teised osalejad lähevad katsega kaasa, on kuuletumine suurem. Viimaseks oluliseks mõjutajaks on nii õppija kui eksperimentaatori kaugus õpetajast – õppija lähedus vähendas, eksperimentaatori lähedus suurendas kuuletumist.

Latane'i sotsiaalse mõju teooria

Teiste sotsiaalse mõju määr sõltub mõjutajate arvust, tugevusest ja lähedusest. Mida rohkem on mõjutajaid, mida kõrgema staatusega nad on ja mida lähemal on nad mõjutatavale (seda nii ajalises kui ka ruumilises mõttes), seda suurem on nende mõjutusvõime.

Kasutatud kirjandus

Crisp, R. J., & Turner, R. N. (2010). *Essential Social Psychology* (2nd ed.). Great Britain: SAGE Publications Ltd.

Cialdini, R. B. Sagarin & Brad J. (2005). *Persuasion: Psychological insights and perspectives*, 2nd ed. Brock, Timothy C. (Ed.); Green, M. C. (Ed.); Thousand Oaks, CA, US: Sage Publications, Inc, pp. 143-169.

French, J.R. & Raven, B.H. (1959). The bases of social power. In D. Cartwright (Ed.), *Studies in social power*. Ann Arbor, Mich.: University of Michigan Press.

Kassin, S., Fein, S., & Markus, H. R. (2008). *Social Psychology* (7th ed.). USA: Houghton Mifflin Company.

Grupiprotsessid

Grupp on kaks või enam isikut, suhete stabiilsus, omavaheline struktureeritud suhtlemine, ühise eesmärgi jagamine, üksteisest sõltuvus, gruppi kuuluvuse tunnetamine.

Grupid moodustuvad tavaliselt siis, kui nende liikmetel on mingisugune ühine eesmärk.

Gruppide iseloomustavateks tunnusteks on:

- kohesiivsus/sidusus
- identiteet

Kohesiivsus/sidusus – grupi omavaheline seotus; kõik tegurid, mis ühendavad liikmeid. Suureneb vastavalt mida rohkem hakkavad individid mõtlema sarnaselt teistele grupiliikmetele. Sidusate gruppide liikmed on enamast grupile rohkem pühendunud.

Identiteet (*entiativity*) – kuivõrd võib mingit indiviidide hulka pidada grupiks. Seda näitavad grupi sidusus, sarnasus, ühised eesmärgid, olulisus ja liikmete füüsiline lähedus. Grupid jagunevad üldiselt nelja tüüpi:

1. intiimsed – pere, sõbrad
2. töögrupid – kolleegid jms
3. sotsiaalsed kategooriad – naised, kristlased
4. vaba seotusega grupid – nt samal tänaval elavad inimesed

	Type of group	Examples
1	Intimacy groups (most group-like)	Family, Partners in a romantic relationship, Friends
2	Task groups	Colleagues, Committees, Work groups
3	Social categories	Women, Muslim, British
4	Loose associations (least group-like)	People who live on the same street, people who like rock music

Figure 5.1 Four types of group of increasing entitativity, from Lickel et al. (2000)

Grupi produktiivsus

Sotsiaalne soodustamine ja pärssimine

Sotsiaalne soodustamine (Triplett; Allport) – teiste kohalolekust tingitud positiivne mõju ehk inimesed kalduvad teiste juuresolekul ülesandega paremini hakkama saama.

Sotsiaalne pärssimine – vastupidine; teiste kohalolu pärsib sooritust.

Siinkohal on oluline lahendatava ülesande tüüp: kergemate ülesannete puhul on tegemist soodustamisega (sport) keerulisemate puhul pärssimisega (raske matemaatikaülesande lahendamine klassis vs kodus).

Soodustamist ja pärssimist seletatakse läbi järgmiste teooriate:

- tungiteooria
- hirm hinnangute ees
- tähelepanu hajumine (*distraction conflict*)

Tungiteooria (*drive theory*; Zajonc) – füsioloogiline erutus seletab soodustamist ja pärssimist. Teiste juuresolek tekitab füsioloogilist erutust, vajalik on valmisolek reageerimiseks. Ärevus suurendab dominantsete, hästi õpitud reaktsioonide teket. oluline sobivus dominantse reaktsiooni ja ülesande nõuete vahel. Kui dominantne reaktsioon osutub antud situatsioonis õigeks, siis see soodustab ülesande lahendamist, kui mitte, siis pärsib.

Ekspertide puhul on ka keerulise ülesande lahendamise juures teiste kohalolul soodustav mõju (nt matemaatikaprofessorid ja matemaatikaülesanded).

Hirm hinnangute ees (*evaluation apprehension*) – hirm saada teiste poolt hinnatud.

Ärevust ei pruugi tekitada üksnes teiste kohalolek, vaid hirm, et teiste ees jäädakse lolliks või näidatakse saamatuna.

Tungiteooria ja hirm hinnangute ees ei seleta täielikult sotsiaalse soodustamise ja pärssimise fenomene. Ei rakendu loomade puhul: nt kanad ei mune rohkem mune, kuna teised on nende läheduses.

Tähelepanu hajumine (*distraction conflict*) – kõrgendatud erutus esineb lähtuvalt antud ülesande ja lähedalolevate vaatlejate vahelisest konfliktist. Kui indiviid sooritab ülesannet, siis teiste kohalolek hajutab ta tähelepanu ülesandelt. On esitatud mitu stiimulit, millele kõigile soovib subjekt oma tähelepanu pöörata, siis on mitteprimaarse stiimuli puhul tegemist segajaga. Nähtus tekib, kui subjekt tunneb survet vastata kõikidele stiimulitele võrdselt hästi, kuid tema kognitiivne võimekus ei ole selleks suuteline.

Sotsiaalne looderdamine (social loafing)

Ülesande lahendamisel grupis kalduvad inimesed vähem pingutama.

Sotsiaalne soodustamine või pärssimine esinevad, kui hinnatakse üksikisikut, ent looderdamine juhul, kui hinnangu aluseks on grupi ühistöö.

Latane'i katse: inimesed karjusid kinniseotud silmadega – ühtedele öeldi, et karjuvad suurema grupiga, teistele, et ühe kaaslasega. Grupis karjujad panustasid vähem.

Vastutuse hajumine (*diffusion of responsibility*) – grupis tunnevad inimesed end tegude eest isiklikult vähem vastutavana. Nt teiste abistamise puhul, samuti kollektiivne agressioon.

On leitud, et keerulise ülesande lahendamisel grupis ei ole üksikisikute sooritus kehvem.

Jackson ja Williams (1985) palusid katseisikutel paaris lahendada keeruline ülesanne. Ühele katsegrupile öeldi, et nende tulemust hinnatakse individuaalselt, teisele, et tulemust hinnatakse kahe peale kokku ega vaadata eraldi kummagi panust töösse.

Tulemused vastupidised sotsiaalsele looderdamisele: ilmnes, et katseisikud, kelle panust EI HINNATUD individuaalselt, said paremad tulemused. Nähtust on põhjendatud selliselt, et kui raske ülesande individuaalsel sooritamisel teiste ees võib inimene sattuda ärevusse ja saada halvemad tulemused (hirm hinnangute ees), siis grupisoorituse korral on ärevus väiksem.

Juht ja juhtimine

Juht on grupi mõjukaim ja tähtsaim liige, kes tavaliselt määrab grupi eesmärgid.

Liidrid mõjutavad meid nii otse kui kaudselt – nt juhtides riiki või olles meie ülemused.

Mis teeb juhist juhi?

Traditsioonilises plaanis on juhtideks saanud väljapaistvad indiviidid, kelle isiksus on sobilik juhtimaks teisi. Siiski on väga oluline osa keskkonnal.

- **Isiksuseomadused**

Üldise uskumuse kohaselt on juhil spetsiifilised isiksuseomadused, tänu millele suudab ta teisi mõjutada. *Nt Margaret Thatcher, kellele tema jõulisuse tõttu pandi hüüdnimeks Iron Lady, omadused aitasid tal oma võimu saavutada ja seda hoida.*

Empiiriline tõestusmaterjal:

- oma juhiomadustes enesekindlad inimesed on teiste silmis suurema tõenäosusega potentsiaalsed juhid (nt sõjaväekadetid, kes hinnati professorite poolt pigem juhtideks)
- mida jutukam on inimene, seda suurema tõenäosusega nähakse temas juhti, kuna ta püüab enam tähelepanu;
- juhtidel kaldub olema üle keskmise intelligentsus – nad peavad suutma lahendada grupi probleeme kiiresti ja efektiivselt;
- füüsiline karakteristik – juhid on leitud olevat veidi pikemad ja füüsiliselt atraktiivsemad kui järgijad

Samuti on leitud, et Suure Viisiku isiksuseomadustest on juhtimisega positiivses korrelatsioonis kõige enam ekstravertsus, avatus kogmustele ja meelekindlus, negatiivses korrelatsioonis aga neurootilisus.

Vaatamata eelnimetatud tõestusmaterjalile on teooriat, mille kohaselt on juhtidel teatud kindlat tüüpi isiksus (palju kritiseeritud):

- mitmed uuringud ei ole leidnud seost isiksuseomaduste ja juhtimise vahel;
- valdavalt ei säilita juhid oma positsiooni igavesti

Nt karismaatiline Suurbritannia peaminister Tony Blair oli populaarne, mil tuli võimule (1997), ent 2006. aastaks oli populaarsus oluliselt kahanenud ja tema juhioskused seati kahtluse alla. Situatsioonilisteks faktoriteks olid sealjuures 9/11 ja terrorismivastane sõda.

- **Situatsioonilised tegurid**

Sotsiaalpsühholoogias usutakse valdavalt, et juhi karakteristik ja situatsiooniliste tegurite interaktsioon määrab edukuse juhtimises.

Näiteks leiti 300 lahingut uurides, et kindralite karakteristik (kogemus, edukus eelmistes lahingutes) ennustas võitu lahinguväljal. Samuti oli oluline roll situatsioonilistel teguritel (armee suurus ja struktuur), mis olid positiivses seoses hukkunute arvuga vastaste seas.

Indiviidi karakteristik ei pruugi teha temast head juhti igas situatsioonis. *Nt Winston Churchill oli edukas juht Teises maailmasõjas, ent rahuajal ei olnud tema kangekaelsus enam soosivaks teguriks.* Sobivad juhiomadused varieeruvad kultuuriti: kollektivistlikes ühiskondades on parimateks juhtideks inimesed, kes soodustavad kooperatiivsust, individualistlikes aga need, kes keskenduvad eesmärgile, mite grupidünaamikale.

Juhtimisstiilid

Juhtimisstiilid jagunevad autokraatseks, demokraatseks ja minnalaskvaks.

Lippitt ja White (1943): katse, kus õpetati osalistele eelmainitud kolme juhtimisstiili. Need, keda õpetatud **autokraatseteks juhtideks** jäid keskenduma tegevuste organiseerimisele ning jagasid grupiliikmetele käsklusi. **Demokraatlikud juhid** kaasasid liikmeid arutlusse tegevuskava üle. **Minnalaskvad juhid** aga ei huvitunud grupi tegemistest ning lasksid grupil iseseisvalt organiseeruda.

Juhid said proovida kõiki juhtimisstiile; hiljem hinnati neid vastavalt sellele, kui sümpaatsed nad olid, millise atmosfääri suutsid luua ning kui produktiivseks osutus nende grupp. Leiti, et demokraatlikud juhid olid kõige populaarsemad, autokraatsed ja minnalaskvad vähem. Täpsemini – autokraatsed löid vaenuliku õhkkonna, kus grupp oli produktiivne vaid juhi kohalolekul, minnalaskvad aga löid meeldivama, kuid ebaproductiivse õhkkonna (mis muutus produktiivsemaks, kui juhti polnud kohal).

Ülesandele orienteeritud vs sotsioemotsionaalne juhtimisstiil

Juhtimisstiilid jagunevad veel ülesandele orienteeritud ja sotsioemotsionaalseks stiiliks.

Ülesandele orienteeritud juhid – keskenduvad produktiivsusele ja eesmärkidele; direktiivsed ja efektiivsed, ent grupiliikmetest (emotsionaalselt) kauged.

Sotsioemotsionaalsed juhid – tähelepanu grupidünaalikal, loovad kohesiiitse ja sõbraliku grupi. Juhid on sõbralikud, empaatilised ja suudavad lahendada grupisiseseid probleeme.

Ideaalses grupis võiks olla kaks liidrit – üks liider ei saa olla korraga ülesandele orienteeritud ja sotsioemotsionaalne.

Lippitt ja White vaidlevad aga, et demokraatlikud juhid SAAVAD olla ühtaegu ülesandele orienteeritud ja sotsioemotsionaalsed. Autoritaarsed juhid on ülesandele orienteeritud ning minnalaskvad pigem sotsioemotsionaalsed.

Ümberkujundavad juhid (*transformational leaders*) – eriti mõjuvõimsad ja motiveerivad, suudavad hästi mõjutada oma grupi liikmete hoiakuid ja käitumist. Nii ülesandele orienteeritud kui sotsioemotsionaalsed juhid võivad olla ümberkujundavad. Nt Bill Gates, Jeesus.

Ümberkujundavate juhtide omadused:

- karismaatilisus – suudavad motiveerida, inspireerida. Grupiga suheldes vaatavad silma, kasutavad mitteverbaalseid tehnikaid;
- individuaalne tähelepanu liikmetele – kohtleb grupi igat liiget austusega, delegeerib neile olulisi ülesandeid;
- intellektuaalne stimulatsioon – julgustab liikmeid leida probleemidele uudseid ja efektiivsemaid lahendusi

Ei loeta alati parimaks viisiks – kasulik, kui ebastabiilsed ajad, ent rahulikel perioodidel on funktsionaalsem demokraatlik juhtimisstiil.

Situatsiooni ja juhtimisstiili teooriad

Juhi-situatsiooni interaktsioon – efektiivne juhtimine sõltub juhtimisstiili sobivusest situatsiooniga. Situatsiooniteooria kohaselt on juhtidel kalduvus olla püsivalt kas sotsioemotsionaalne või ülesandele orienteeritud.

Fiedler ja kõige vähem eelistatud kaastöötaja skaala (*least preferred co-worker; LPC*): eesmärk teha kindlaks juhi juhtimisstiil. Lasti hinnata kõiki kaastöötajaid: kui kõige vähem meeldinud kaastöötajat hinnati suhteliselt positiivselt, oli tegu kõrge LPCga juhiga ja vastupidi.

Stiili efektiivsuse määravad:

- juhi-liikme suhted – kas harmoonilised või mitte;
- grupi ülesannete struktuur – kas eesmärgid on hästi defineeritud;
- seaduslik/õigustatud võim grupiliikmete üle

Mida paremad/suuremad eelnevad on, seda efektiivsem on juhtimine.

Samuti sõltub efektiivsus situatsioonilisest kontrollitusest:

- madal – ülesandele suunatud juht;
- keskmine – sotsioemotsionaalne juht
- kõrge – ülesandele suunatud juht

Teoriat kritiseeritakse selle jäikuse pärast: juhid ei pruugi olla ainult kas sotsem. või ül.or.

Juhi ja grupi vaheline interaktsioon

Juhi-liikme vaheliste suhete teooria (*leader-member exchange theory*) – edukas juhtimine sõltub grupi juhi ja liikmete vahelistest suhetest. Madalakvaliteediliste suhete puhul on juhid liikmetest kauged ja vastupidi, suhe säilib mingi kohustuse tõttu. Kõrge kvaliteediga suhete juures vahetatakse vastastikku psühholoogilisi ressursse (au, usaldus jne) ja materjale (võim, staatus). Kõrge kvaliteediga suhete puhul on alluvad juhile lojaalsemad, nende töö on efektiivsem.

On ka leitud, et mida prototüüpsemad grupi liikmed on juhid, seda efektiivsemaks neid peetakse. Kui juht on saavutanud grupiliikmete poolehoiu, ei pea ta olema enam prototüüpne, et säilitada liikmete austust enda vastu.

Kasutatud kirjandus

Turner, R.N. & Crisp, R.J. (2010). *Essential Social Psychology 2nd Revised edition*. SAGE Publications.

Prosotsiaalne käitumine

Saab eristada kahte prosotsiaalset käitumist: *teiste aitamist* (*helping behavior*) ja *altruismi*. Teiste aitamise juures on oluline, et käitumine on vabatahtlik ja tahtlik ning toob kasu kellelegi teisele (kusjuures ei ole välistatud ka kasu tegijale). Altruism tähistab seda, et prosotsiaalne käitumine ei ole kuidagi kasulik käitujale endale.

Prosotsiaalse käitumise alged

Prosotsiaalset käitumist seletatakse kolmest lähtekohast tulenevalt:

1. Evolutsiooniline perspektiiv – inimestel on bioloogiline eelsoodumus teisi aidata. Eelnev aitab kaasa liigi (ja ka indiviidid geenide; *kin selection*) säilimisele. Kolm põhilist vastuväidet teooriale – inimesed aitavad ka kaaslast, kellega ei jagata gene; ei saa empiiriliselt kontrollida; teooria ei seleta, miks aitamine sõltub situatsioonidest.
2. Sotsiaalsed normid – ühiskonnas väärtustatud normid võivad toetada prosotsiaalset käitumist. Olulised kolm normatiivset uskumust: reksiprooksuse printsiip (*reciprocal altruism*; peaksime aitama seda, kes meid aitab), sotsiaalne kohustus (*social responsibility*; peaksime aitama kõiki, kes on hädas), õiglase maailma hüpotees (*just-world hypothesis*; üldine uskumus, et maailm on õiglane koht, kus inimesed saavad, mida nad väärivad). Lisaks võrdsuse norm (*norm of equality*) – nõ õnnelikumad inimesed peaksid aitama neid, kellel ei ole nii vedanud. Normid ei ole siiski piisav prosotsiaalse käitumise seletus. Oluline ka situatsioonilised tegurid (uurimus).
3. Modelleerimine – vaatlusel põhinev õppimine – teiste prosotsiaalset käitumist jälgides võtame üle sarnase käitumise. Bandura *sotsiaalse õppimise teooria* - abistava käitumise jälgimine peaks suurendama prosotsiaalset käitumist, kuna näitab, et vastav käitumine on kohane ja tõstab enesetõhusust.

Situatsioonilised mõjutajad

Kõrvalseisja sekkumine – enamasti jälgitakse kas ja millises olukorras tuleb kõrvalseisja hädaolukorra puhul appi.

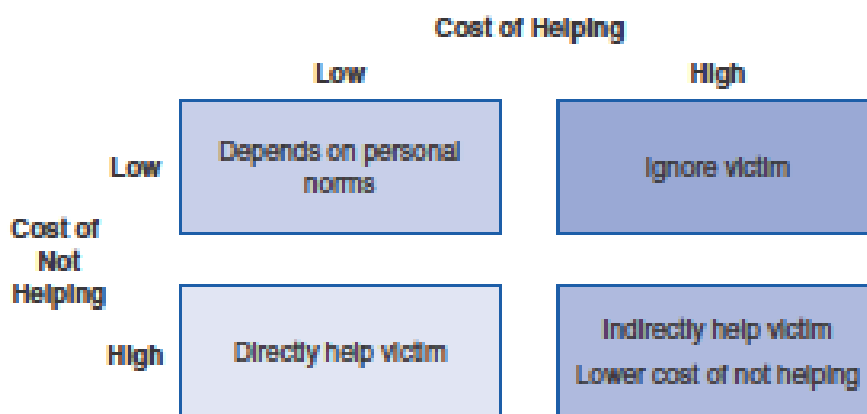
Kognitiivne mudel (Latane ja Darley) – kõrvalseisja otsustuse kognitiivsed staadiumid – olukorra märkamine, olukorra defineerimine (kas on hädaolukord või mitte), personaalse vastutuse võtmine, tegevuskava otsustamine.

Kõrvalseisja apaatsuse efekt (bystander apathy effect) – inimesed aitavad hädaolukorras väiksema tõenäosusgea siis kui läheduses on ka teisi inimesi. Kusjuures ei ole oluline, et

potentsiaalne aitaja kaaslast näeks (piisab ka teadmised või kujutlusest, et on ka teisi pealtvaatajaid). Oluline ka kaaslaste arv. *Efekti esinemise põhjused*: vastutuse hajumine ja kaaslaste pärssimine. Inimesed tunnevad ebamugavust, kui nad peavad käituma uudes situatsioonis. Seda eriti olukorras, kus on pealtvaatajaid. Lisaks eelnevale puuduvad tihti otsesed juhised, kuidas kriisi olukorras käituda. Seega toetatakse teiste käitumisele – kui teised ei lähe appi, siis pole ka minul vaja minna. Uurimused on näidanud, et olukorrad, kus pealtvaatajatel palutakse meenutada olukordi, kus nad käitusid vabalt (ilma kaaslaste või muu pärssiva mõjuta), suurendasid aitamise määra. Ehk meenutades olukordi, kus inimene aitas kedagi, suurendab tõenäosust, et sarnane käitumine kordub.

Lisaks potentsiaalse aitajate grupi suurusele on oluline arvestada ka grupi tajutud sarnasust – kas liikmed moodustavad ingrupi.

Kaaluva kõrvalseisja mudel (*bystander-calculus model*) – seletades kõrvalseisja apaatsuse efekti arvestasid Piliavin ja kolleegid lisaks vastutuse hajumisele ka füsioloogiliste reaktsioonidega. Mudel toob välja kolm staadiumi, mida kõrvalseisjad hädaolukorras läbivad. Esimeseks tuntakse füsioloogilist erutust (alguses madalam füsioloogiline reaktsioon ning hiljem kaitsereaktsioon). Teiseks püütakse aru saada, miks nad on erutunud ja otsitakse emotsionaalsele vastusele nimi (tihti põhjendatakse erutust sellega, et kellegi hädas nägemine häirib vaatajat ja appi minnakse, et vähendada seda häiritust). Kolmandaks arvutatakse nii aitamise kui ka mitte aitamise kulud, läbi mille jõutakse ka otsusele, kas aidata või mitte (teiste vaatlejate kohalolek vähendab mitte aitamise potentsiaalseid kulusid; vt Joonis 1).



Joonis 1. Piliavin'i tasu-kulu maatriks: Kuidas aitamise ja mitte aitamise kulud mõjutavad kõrvalseisja reaktsiooni hädaolukorrale. (Crisp & Turner, 2010)

Lisaks eelnevale on uurijad näidanud, et hirm enda surma ees suurendab inimeste prosotsiaalset käitumist. Aja puudus omakorda aga vähendab.

Asukoht ja kultuur

Linna piirkondades aidatakse vähem – raskem märgata abivajajat, väiksem samastumine või sarnansuse tajumine abivajajaga.

Kollektivistlike kultuuride inimesed aitavad pigem ingrupi liikmeid ning olukordades, kus on võimalus pakkuda vahetut abi (annavad vähem raha näiteks heategevuseks).

Aitaja kesksed (perciever-centred) mõjutajad

Isiksus

Mitmed uurimused annavad alust arvata, et on mingid isiksuseomadused, mis mõjutavad prosotsiaalset käitumist. Selliseks avalduseks annavad alust näiteks uuringud kaksikutega. Uurimused on näidanud, et aitajatel on *sisemine kontrollikese* ning nad tunnevad *suuremat sotsiaalset vastutust* – seega ka suuremat vastutust aidata. Lisaks on aitajad ka *empaatilisemad*.

Kompetentsus

Inimesed, kes tunnevad ennast kompetentsemana antud alal, aitavad suurema tõenäosusega ka hädasolijat.

Meeleolu

Üldises plaanis võib öelda, et positiivse meeleoluga inimesed aitavad kaaslasi suurema tõenäosusega kui negatiivses meeleolus inimesed. Siiski on siin üks oluline erand, nimelt süü. Kui inimesed tunnevad mingil põhjusel süüd, on nad varmamad kedagi teist aitama. Üheks põhjuseks võib olla tahtmine oma mainet parandada või ka üldisemalt meeleolu parandada. Kuid miks positiivse meeleoluga inimesed on abivalmimad? Emotsiooni-primimise mudeli (*affect-priming model*) kohaselt on meeleoluga sobiv informatsioon mälus kättesaadavam, seega on ka prosotsiaalne käitumine kergemini „kättesaadav“. Emotsioon-kui-informatsioon mudeli (*affect-as-information model*) kohaselt kasutavad inimesed emotsioone kui indfot, et välja selgitada, kuidas keskkonnas toimuvasse suhtutakse. Seega võib positiivne meeleolu tekitada olukorra, kus aitajale tundub ohutu ja kasulik hädasolijat aidata.

Empaatia – altruism

Empaatia-altruismi hüpoteesi (Batsion) järgi aitavad inimesed teisi nii altruistlikel kui ka egoistlikel põhjustel. Kui hädasolija nägemine põhjustab inimeses stressi, siis motiveerib teda aitama enda ebamugavustunde vähendamine (egositlik põhjus). Samas kui empaatilise mure korral aitab inimene kaaslast altruistlikel eesmärkidel.

Soolised erinevused

Erinevused mitte aitamise hulgas vaid selles, mis tüüpi olukordades aidatakse. Mehed aitavad pigem naisi, samas kui naised sellist soolist eristust ei tee. Mehed aitasid suurema tõenäosusega võõraid. Naised käituvad aga igapäeva situatsioonides prosotsiaalsemalt. Naised on ka altimad abi küsima.

Abi saaja poolsed mõjutajad

Millised on abi saaja omadused, mis mõjutavad abi saamise tõenäosust? Abi saaja omadustest on olulised *sarnasus* abi andjaga, *gruppi kuulumine* (oma grupi liikmeid aidatakse rohkem – oluline pealtnägijate mõju) ja *atraktiivsus* (nii välimuse kui ka isiksuse põhjal). Lisaks on oluline ka teadmine, kas abi saaja on ise süüdi ebasoodsas olukorras või mitte (viimasel juhul on abi saamise tõenäosus suurem).

Kasutatud kirjandus

Crisp, R. J., & Turner, R. N. (2010). *Essential Social Psychology* (2nd ed.). Great Britain: SAGE Publications Ltd.

Kassin, S., Fein, S., & Markus, H. R. (2008). *Social Psychology* (7th ed.). USA: Houghton Mifflin Company.

Agressiooni teooriad

Bioloogilised agressiooniteooriad

Psühhodünaamiline teooria – domineeriv 20. sajandil. Freudi (1930) kohaselt on inimestel kaks omavahel vastanduvat sisemist instinkti: Eros ehk eluinstinkt ja Thanatos ehk surmainstinkt. Surmainstinkt paneb inimese ennasthävavalt käituma, hiljem aga suunatakse see endalt teistele, mis väljendub agressiivsusest; inimesse koguneb pinge, mis vajab maandamist. Teoorial ei ole kuigi palju empiirilist tõestusmaterjali

Evolutsiooniline lähenemine – sotsiaalne käitumine pärandub põlvest põlve, ja see on selliseks kujunenud, et tagada isendile suutlikkus kanda oma geene edasi. Agressioon on vajalik eeskätt isastele, et nad suudaksid võidelda teistega oma paarilise eest. Inimeste hulgas on agressioon muuhulgas vajalik näiteks ärikeskkonnas, kus juht peab suutma kaitsta oma positsiooni. Probleemideks antud teooria juures: ei ole võimalik tõestada, et agressioon on nähtusena sellisel kujul eksisteerinud tuhandeid aastaid; inimesed ei ole agressiivsed vaid seetõttu, et kaitsta ennast ja oma järglasi.

Sotsiaalsed agressiooniteooriad

Sotsiaalsel kontekstil on agressiooni väljendumise juures oluline roll.

Agressiooni-frustratsiooni hüpotees – Dollard jt (1939) agressioon on kellegi või millegi vastu suunatud frustratsiooni väljendus. Kui frustratsiooni ei saa väljendada otse selle sihtmärgile (nt võib viimane olla füüsiliselt või vaimselt mõjuvõimas), siis see kantakse üle realistlikumale sihtmärgile. Nt leidsid Hovland ja Sears (1940) olulise seose majanduskriisi ja mustanahaliste lintšimise vahel (oluline situatsiooniline tegur). Kriitikute meelest ei ole majanduslike tingimuste ja agressiooni vahelised seosed piisavat tõestust leidnud. Frustratsioon võib küll kaasa aidata, ent see ei saa olla agressiooni väljendumise peamine põhjus.

Katarktilisuse hüpotees – freudlik idee, et kui inimene on silmitsi frustreriva või ärritava situatsiooniga, kuhjuvad temas negatiivsed emotsioonid. Saavutamaks sisemist tasakaalu, tuleb need välja elada – tekib agressioon. Kriitikute kohaselt ei kehti see alati: on leitud, et kuigi frustrerunud inimesed said oma tundeid väljendada midagi lüües, ei vähendanud see ärrituvust frustratsiooni tekitaja suhtes.

Kognitiivne neoassotsiatsiooniline mudel (*cognitive neoassociationalist model*) – frustratsioon tekitab viha, see omakorda muudab tõenäolisemaks agressiivse käitumise tekkimise. Oluliseks teguriks on siinkohal aga keskkond: agressioon saab tekkida vaid siis, kui eksisteerib seda vallandav tegur, mis/kes on minevikus juba korduvalt viha tekitanud, nt ebameeldiv inimene.

Erutuse ülekande mudel – ühes situatsioonis kogetud erutus võib kanduda üle teisele situatsioonile. Ka mittespetsiifiline ärritaja võib mõjutada agressiooni väljendumist. Inimesed kogevad füsioloogilist erutust erinevates kontekstides – nt kellegagi vaieldes, aga ka kellegi vastu positiivseid emotsioone kogedes, võib südame töö kiireneeda. Füsioloogiline reaktsioon iseenesest on sama, ent seda sildistatakse erinevalt vastavalt olukorrale, nt kui attributeerime erutuse külgetõmbele kellegi vastu, võib see tekitada flirtimist, kui aga vihale, võib see kulmineeruda agressiooniga.

Õpitud agressiooni teooriad

Operantne sarrustus (Skinner, 1953) – käitumise muutuse põhjustab vastamine keskkonnast tulevatele stiimulitele. Kui mingile stiimulile vastamist kinnitatakse positiivselt, siis jätkab inimene (aga ka muud elusolendid) antud käitumismustrit; side tugevneb.

Sotsiaalse õppimise teooria (Bandura 1977) – õppimine ei pea alati toimuma läbi kogemuse, vaid õppida on võimalik ka kedagi/midagi jälgides. Seda nimetas Bandura mudeldamiseks. Indiviidi agressiivsus mingis olukorras sõltub sellest, millised on tema otsesed ja kaudsed kogemused agressiivse käitumise ja selle tulemustega: kas selle tagajärjed olid indiviidi jaoks positiivsed või negatiivsed. Nt katse Bobo nukuga – lapsed, kes eelnevalt nägid Bobo nuku peal tarvitavat vägivalda, käitusid hiljem ka ise vägivaldselt. Sotsiaalse õppimise teooria on siiani mõjukas. Tõestusmaterjaliks on muuhulgas massimeedia mõju: uuringud näitavad, et vägivaldsed videomängud, telesaated, aga ka laulusõnad võivad tekitada ka lastes suuremat vägivaldsust. Samuti on näidatud, et prosotsiaalse käitumise jälgimine vähendab agressiivsust

(katsed videomänguga, kus lapsed pidid virtuaalselt teisi surmast päästma). Kriitika kohaselt ei võta teooria arvesse individuaalseid erinevusi; ka on leitud, et vägivaldsete saadete vaatamine võib vägivaldsusriski hoopis kahandada.

Indiviidikesksed agressiooni determinandid

Soolised erinevused – enamjaolt on tõestust leidnud fakt, et mehed on naistest agressiivsemad. Erinevate uuringute kohaselt rakendavad mehed füüsilist agressiivsust naistest sagedamini. Üheks põhjuseks on leitud olevat hormooni testosterooni kõrgem tase meestel – agressioon ja testosteroon on omavahel oluliselt seotud. Hormonaalsete erinevuste juures on oluline ka keskkond. Nimelt, naistel ja meestel on kujunenud erinevad soorollid ja neid koheldakse pere, sõprade, institutsioonide poolt erinevalt. Tüdrukutelt oodatakse pigem passiivset ja hella käitumist, poisse julgustatakse olema otsekohesed, agressiivsed. Seega, tegemist on muuhulgas sotsiaalse õppimisega. Samuti on uuringutes raporteeritud meeste ja naiste vahelisi erinevusi vägivalda tüüpides: poisid on märgatiud olevat füüsiliselt agressiivsemad, ent verbaalse vägivalda juures erinevusi ei esinenud. Mehed kasutavad vägivalda vahendina millegi saamiseks, naiste arvates on tegu sotsiaalselt ebasoovitava käitumisega, mis väljendub neil stressisituatsioonis või enesekonrolli kadumisel.

Isiksuseomadused – vägivaldaga on seostatud „suure viisiku“ isiksuseomaduste sotsiaalsust – mida kõrgem sotsiaalsus, seda vähem agressiivsust. Samuti on leitud erinevusi agressiivsuse väljendumisel A ja B tüüpi isiksuste vahel. A tüüpi isiksus on pigem ambitsioonikas, kõrge saavutusvajadusega, hea suhtlemisoskusega; A tüüpi isiksusega inimestel on suurem oht haigestuda südameveresoonkonna haigustesse. B tüüpi isiksusega inimesed on aga stabiilsevad, vähem ambitsioonikad ja loovad. A tüüpi isiksusega indiviidid on leitud olevat agressiivsemad ohtlikus situatsioonis.

Seoseid on leitud ka enesehinnangu ja agressiooni vahel. Usutakse, et madal enesehinnang on agressiooni prediktoriks – enesehinnangu tõstmiseks rakendatakse teiste suhtes vägivalda. Samas on sellele leitud vähe empiirilist tõendusmaterjali. Osad uurijad on leidnud hoopis vastupidist: kõrgem enesehinnang põhjustab rohkem vägivalda. Kõrgema enesehinnanguga inimesed on enesekindlamad ning usuvad, et agressioon viib positiivsete tulemusteni (suutlikkus tulla vaidlustes võitjaks, olla üleüldiselt teistest üle). Uurijad on leidnud, et kui kõrge enesehinnanguga indiviidi ego on ohus, kaldub ta kasutama agressiivsust. Ka mõrvaritel on leitud olevat kõrgem enesehinnang ja nad on sooritanud kuriteo, sest neid on alandatud.

Alkohol – alkoholi tarbimine kaldub seostuma suurenenud agressiivsusega. Ca 30 uuringus on leitud, et rohkem alkoholi tarbinud meestel on suurem agressiivsus. Alkoholi tarbimisel suureneb psühholoogiline erutus, kuid halvenevad neuropsühholoogilised protsessid; inimene ei suuda enam mõelda analüütiliselt, seega kasutab olukorra hindamisel rohkem heuristikuid ning agressiivse käitumise ilmnemise tõenäosus suureneb. Alkoholi mõju eelduse teooria (*alcohol expectancy theory*) – inimestel on teatud eeldused alkoholi mõjude kohta indiviidi psüühikale. Nimelt arvatakse, et alkohol teeb inimese ekstravertsemaks ja rohkem agressiivseks. Seega kiputakse inimese negatiivset käitumist vabandama alkoholi mõju all olemisega. Usutakse, et inivid võib käituda agressiivselt, kuna arvab ka ise, et saab käitumise põhjuseks tuua alkoholi.

Situatsioonikesksed agressiooni determinandid

- **Füüsiline keskkond**

Temperatuur – uuringute kohaselt on temperatuur ja agressiooni väljendumine omavahel positiivses seoses; on leitud, et temperatuuri tõustes suurenes kuritegevuse (sh mõrvade) arv. See ei kehti aga väga kõrgete temperatuuride korral, ilmselt on põhjuseks asjaolu, et kuumuses muutuvad inimesed apaatseks, energia kahaneb. Agressioon kaldub suurenema õhtuti; üheks põhjuseks võib olla, et päeval töötavad inimesed hoonetes, kus konditsioneer. Uurijad on välja toonud, et agressiooni ja temperatuuri vahelised seosed on tugevamad afektiivse agressiooni puhul, mille eesmärgiks on teisi kahjustada kui instrumentaalse agressiivsuse puhul, kus agressiivsust rakendatakse mingil muul eesmärgil (nt röövimine vms).

Rahvarohkus (*crowding*) – suurem inimeste hulk võib tõenäolisemalt põhjustada agressiivsust (nt jalgapallifännid, baarikaklused): stress ja ärevus suurenevad. Uuring: vaadeldud on vanglapopulatsiooni: mida rohkem inimesi, seda enam tundsid kinnipeetavad rahvarohkuse-efekti, samuti tajusid nad rahvarohkuses suuremat agressiivsust ja vastasid samaga – muutusid agressiivsemaks.

Müra – soovimatu müra/kära suurendab agressiivsust, kuna inimese keskendumisvõime väheneb ja see tekitab frustratsiooni.

- **Sotsiaalne ebavõrdsus**

Relatiivne deprivatsioon – iniviid või grupp tunneb end ebaõiglaselt ebavõrdses situatsioonis võrreldes teistega, ning tunneb, et ei saa midagi legaalset selle muutmiseks teha, seega rakendab vägivalda.

- **Kultuurilised erinevused**

Agressiivsuse avaldumine erineb kultuuriti. Agressiooni võrdlemine erinevate kultuuride vahel ei pruugi olla kuigi adekvaatne – lääneühiskonnas võib agressiivsus olla taunitud, ent teisest küljest vaadatakse positiivselt terrorismi vastasele võitlusele (Iraak, Afganistan). Pigem tasub agressiivsust võrrelda kultuuride sees. Nt USAs on täheldatud suuremat agressiivsust lõunaosariikides. Ka mõnede vähemusgruppide puhul võib olla erinevusi agressioonis (nt vanglad, mahvia).

Pidurdamatus (*disinhibition*)

Sotsiaalsete normatiivide ignoreerimine, mis võib põhjustada agressiivset käitumist. Selle põhjusteks võivad olla deindividualiseerimine ja dehumaniseerimine.

Deindividualiseerimine – inimesed näevad end pigem osana grupist ja väheneb individuaalne vastutus tegude eest. Sotsiaalseid norme, mis taunivad agressiivsust, ei võeta enam nii tõsiselt, käitutakse kooskõlas grupiga. Kriitika: esile kerkiva normi hüpotees (*emergent norm hypothesis*) – inimesed ei pruugi grupis agressiivselt käituda, sest nad ignoreerivad norme, vaid kuna nad aktsepteerivad grupisisesid norme, mis väljenduvad teatud situatsioonis.

Dehumaniseerimine – inimesed ei näe teist inimest kui täisväärtuslikku indiviidi. Kellegi dehumaniseerimine võib suurendada agressiooni, kuna ohvrit nähakse anonüümsena, seega ei pruugi tema vastu tekkida kaastunnet, agressoril ei pruugi tekkida süütunnet. Dehumaniseerimist peetakse ka nt genotsiidide põhjuseks.

Delegimitiseerimine (mitte õiguspäraseks kuulutamine) – kui outgruppi nähakse negatiivses valguses, paigutatakse see negatiivsesse sotsiaalsesse kategooriasse ja käsitletakse otsese ohuna ingrupile. See viib omakorda dehumaniseerumiseni. (Nt Abu Ghraib, Rwanda genotsiid, Sebrenica massimõrv)

Fenomenoloogiline lähenemine agressioonile

Tihti uuritakse agressiooni kvantitatiivselt ent mõned uuriad usuvad, et kvalitatiivne uurimus aitab tajuda paremini agressiooni subjektiivset poolt (struktureeritud intervjuud, *case study*'d, kus inimene kirjeldab oma emotsioone, füüsilisi protsesse jne, mida ta tunneb, kui satub situatsiooni, mis tekitab temas aggressiivsust).

Agressiooni vormid ühiskonnas

Jagunevad: koduvägivallaks, seksuaalseks ahistamiseks, seksuaalseks vägivallaks ja terrorismiks. Ka sport (konspekti autori poolne täiendus).

Koduvägivald – perekonnaliikme vastu toime pandud verbaalne ja füüsiline vägivallaakt. See on tänapäeva ühiskonnas väga laualt levinud suur probleem. UKs tehakse aastas ligikaudu 570 000 kõnet politseile eesmärgiga raporteerida koduse vägivalla juhtumitest, kusjuures statistika kohaselt jõuab politseini info vaid 40% juhtudest. Uuringute kohaselt saavad inimesed tõenäolisemalt surma või vigastada oma pereliikme poolt nende vastu suunatud vägivallaaktis kui kellegi teise käe läbi. Nimelt on leitud, et pereliikmed teavad üksteise tugevusi ning nõrkusi ja seega on neil vajadusel lihtne oma lähedasele vajadusel kahju tekitada. Samuti saab pereliikmete peal end hõlpsamini nõ välja elada. Koduvägivalla all kannatajad kipuvad ka ise seda tarvitama teiste pereliikmete peal.

Seksuaalne ahistamine – seksuaalse ahistamise näol on tegemist olukorraga „...kui esineb seksuaalse olemusega mis tahes soovimatu sõnaline, mittesõnaline või füüsiline käitumine, mille eesmärk või tegelik toime on isiku väärikuse alandamine, eelkõige luues ähvardava, vaenuliku, halvustava, alandava või solvava õhkkonna.“ (Euroopa Parlamendi ja Nõukogu direktiivi 2002/73/EÜ, 23. september 2002)

Ka seksuaalne ahistamine on väga levinud – uuringud näitavad, et 40-50% naistest kogeb tööl, koolis, ülikoolis seksuaalset ahistamist.

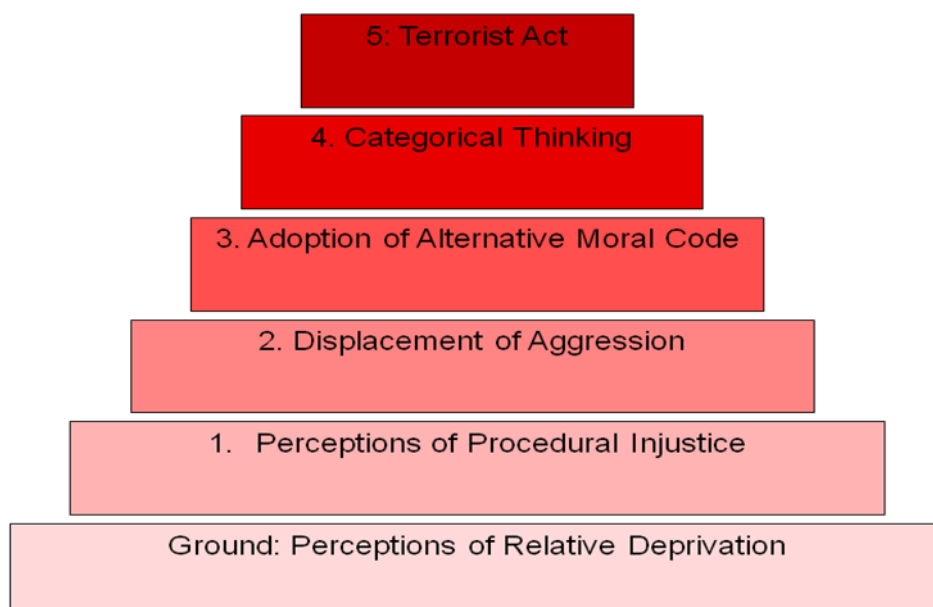
Seksuaalset ahistamist mõjutavateks faktoriteks peetakse:

- meedia – tehti katse, kus katseisikud pidid hindama naisi, kelle peal rakendati seksuaalset ahistamist. Väljakutsuvalt käituvate naiste puhul hinnati ahistamist naisele vähem traumeerivaks. Oluline roll stereotüpiseerimisel: naisi nähakse üldiselt väljakutsuvatena;
- agressiivsed videomängud – videomängides on meeskarakterid sageli alfaisased, naisi ei ole kuigi palju, nähtub sooline diskrimineerimine: naised valdavalt ilusad seksobjektid.

Seksuaalne agressiivsus – sh vägistamine. Uuringud on leidnud, et seksuaalset vägivalda mõjutab:

- pornograafilise materjali vaatamine – agressioon suureneb. „Vägistamise müüt“: valeuskumus, et naised nadivad nende suhtes toime pandud seksuaalset vägivalda.
- naiste roll ühiskonnas – kehtib eriti juhul, kui tegemist on vägistamisega tuttava poolt. Naisi kaldutakse nägema kergemeelsete ja amoraalsetena, kui nad on seksuaalselt aktiivsed, sest oodatakse, et naised on pigem vooruslikud. Mehed võivad kalduda arvama, et naised on nõus seksuaalaktiga ka siis, kui ütlevad, et ei ole

Terrorism – Terrorismi trepp (Moghaddam, 2005): psühholoogiline mudel, mis võib aidata mõista, miks inimesed sooritavad terroriakte. Moghaddam: terroriakti saab tagasi hoida vaid muutes tingimusi alumisel korrusel.



- Alumine korrus – relatiivse deprivatsiooni tajumine: inimesed usuvad, et neid ei ole koheldud õiglaselt.
- 1. korrus – õigluse otsingud: vähemus inimesi „ronib“ esimesele korrusele, et otsida lahendusi tajutud ebaõiglusele. Siin on oluline ka tajutud protseduuriline õigus ehk see, kui õiglaseks peab indiviid oma valitsust, ja kui suureks oma võimalust kaasa rääkida ühiskondlikes küsimustes;
- 2. korrus –agressiooni ümbersuunamine: kui indiviid ei saa avalikult oma pahameelt väljendada, ronib ta teisele korrusele ja suunab oma frustratsiooni teistele gruppidele süüdistades neid oma probleemides
- 3. korrus – alternatiivse moraalse koodeksi omaksvõtt: kolmandal korrusel olijad värvatakse terroriorganisatsioonidesse. Ühiskonnas nähakse neid küll amoraalsetena, ent terroristid on endale võtnud teised moraalsed tõekspidamised ja usuvad end tegutsevat ülla eesmärgi nimel
- 4. korrus – kategoriaalne mõtlemine ja tajutud legitiimsus: terroristid saavad osaks nõ väikestest rakkudest. Selges saavad piirid „meie“ ja „nende“ vahel, mis aitab eesmäärke legitimeerida. „Rakkude“ juhid on autoritaarsed, kontrollivad alamaid, kel puudub taganemistee.
- 5. korrus – terroriakt: tsiviilisikuid defineeritakse kui outgrupi liikmeid ja nad dehumaniseeritakse, sooritatakse terroriakt.

Kasutatud kirjandus

Turner, R.N. & Crisp, R.J. (2010). *Essential Social Psychology 2nd Revised edition*. SAGE Publications.