

Kampanie społeczne mogą nasilać uprzedzenia

12 lipca 2011

Kampanie, których autorzy mówią ludziom, że nie powinni żywić uprzedzeń, mogą wywierać skutek odwrotny do zamierzonego. Psycholodzy z University of Toronto Scarborough uważają, że gdy ludziom odbierze się wolność samodzielnej oceny różnych wartości i zachowań, może to skutkować pojawieniem się wrogości wobec docelowego obiektu, np. społeczności.

Akademicy przeprowadzili 2 eksperymenty. Miały one pomóc w ocenie skuteczności dwóch typów motywacyjnej interwencji: kontrolującej, w ramach której ludziom mówi się, czego nie powinni robić oraz autonomicznej, podkreślającej osobiste korzyści wynikające z bycia osobą tolerancyjną, nieuprzedzoną.

W ramach pierwszego eksperymentu ochotników losowo przydzielono do jednej z trzech grup: 1) zapoznającej się z ulotką o wymowie kontrolującej, 2) czytającej broszurę odwołującą się do związanych z tolerancyjnością wartości osobistych lub do 3) grupy kontrolnej, która nie zapoznawała się z żadnymi instrukcjami motywacyjnymi. Zadanie badanych polegało na wzięciu udziału w dyskusji nad nowym programem ograniczenia uprzedzeń na terenie kampusu. Okazało się, że ludzie z grupy 1. byli najbardziej nietolerancyjni, natomiast odbiorcy ulotki wzmacniającej osobistą motywację wykazywali mniej uprzedzeń od przedstawicieli dwóch pozostałych grup.

W drugim eksperymencie badanych wylosowano do grup wypełniających 2 formy kwestionariusza. Pierwsza miała stymulować osobistą motywację unikania uprzedzeń, druga sugerowała podejście kontrolujące. Także i w tym przypadku zauważono, że wolontariusze otrzymujący komunikaty kontrolujące byli o wiele bardziej uprzedzeni od pozostałych.

Dr Lisa Legault podkreśla, że dla autorów kampanii społecznych

podejście kontrolujące jest szczególnie pociągające, ponieważ to szybka metoda, w dodatku łatwa do wdrożenia. Mówią ludziom, co powinni myśleć i jak się powinni zachowywać i kładą nacisk na negatywne konsekwencje niesprostania tym wymogom. Ludzie wolą jednak czuć, że mogą wybrać brak uprzedzeń niż być do tego zmuszani.

Opracowanie: Anna Błońska

Na podstawie: Psychological Science

Źródło: [Kopalnia Wiedzy](#)