JÁN GRÁC

PERSUÁZIA

OVPLYVŇOVANIE ČLOVEKA ČLOVEKOM

Mnohí ľudia si neraz kladú otázku, prečo sa niekomu darí úspešne získavať a podmaňovať celé skupiny svojimi názormi a presvedčovaním. V čom spočívajú príčiny, aké sú psychické mechanizmy, metódy a spôsoby medziľudského ovplyvňovania, ktoré determinujú takýto výsledok?

Dostupné údaje týkajúce sa problematiky ovplyvňovania a presvedčovania sa pokúsil syntetizovať náš popredný psychológ doc. PhDr. Ján Grác, CSc., a to nielen z hľadiska psychológie, ale aj z hľadiska iných vedných disciplín o človeku.

„Publikácia Persuázia je v našich podmienkach priekopníckym dielom. Autor vykonal záslužný čin, keď sa pustil do problematiky, ktorá je nová, málo prebádaná, čo znamená, že si jej riešenie vyžiadalo dôkladný analyticko-syntetický prístup. Vhodne volil kombinovanú metódu využívania dostupných literárnych prameňov s údajmi získanými z vlastných výskumných sond, ich štatistického spracovania, vyhodnotenia i interpretácie. Tým sa jeho práca stala v mnohých smeroch celkom originálnou. Pre čitateľa bude iste nielen zdrojom poučenia, ale aj podnetom pre zamyslenie sa a prehodnotenie niektorých vlastných, osobných spôsobov konania a správania sa." (Z posudku prof. PhDr. J. Boroša, DrSc.)

„Ťažiskovým problémom, ktorý sa v monografii rieši, je presvedčovanie. Presvedčovanie sa tu právom pokladá za jednu z najvýznamnejších metód vnútorného utvárania osobnosti, regulácie i sebaregulácie, pedagogickej i propagandistickej činnosti, a to najmä v súvislosti so sociálnym učením, racionálnymi, emocionálnymi a konaktívnymi aspektmi mravného, svetonázorového, estetického a pracovného profilu osobnosti. Autor s veľkou znalosťou filozofických, etických, pedagogických, logických, lingvistických, sociálnopsychologických a ďalších východísk a dialektických súvislostí analyzuje a systematicky osvetľuje presvedčovanie predovšetkým z aspektu pôsobiacich psychických mechanizmov, vnútorných a vonkajších vplyvov, fungujúcich v procese tohto zložitého javu.

Monografia je aktuálnou fundovanou psychologickou analýzou všeobecných a osobitných komponentov medziľudského ovplyvňovania. Vychádza z marxistických, metodologických a teoretických pozícií a z najnovších poznatkov psychologických vied. Rešpektuje príslušné interdisciplinárne súvislosti a determinácie, najmä spoločenskohistorickú podmienenosť skúmaných a interpretovaných javov. Je výsledkom dlhodobej systematickej, teoretickej a experimentálnej práce, ukazuje na bezpečné zvládnutie problematiky a znalosť potrieb praxe. Z celého textu je jasná snaha prispieť k ďalšiemu rozvoju psychologickej teórie, zároveň efektívne využiť špecifické metódy a prostriedky k pozitívnemu ovplyvňovaniu správania a konania súčasného človeka. Práca je originálna a prínosná, v mnohých ohľadoch inšpirujúca pre odbornú a laickú verejnosť. Zároveň je zrozumiteľná a dobre sa číta." (Z posudku doc. PhDr. J. Hudečka, CSc.)

Kniha je určená najmä psychológom, vedúcim pracovníkom, pedagógom, ale aj všetkým tým, ktorí majú o túto problematiku záujem.

doc. PhDr. JÁN GRÁC, CSc.

PERSUÁZIA

OVPLYVŇOVANIE ČLOVEKA ČLOVEKOM

Čís. 4547
3938

doc. PhDr. JÁN GRÁC, CSc.

PERSUÁZIA

OVPLYVŇOVANIE ČLOVEKA ČLOVEKOM

i.č. 7166

ČESKOSLOVENSKÁ AKADEMIE VĚD
Ústav pro výzkum společenského vědomí
a vědeckého ateismu
knihovna
602 00 Brno, Mendlovo nám. 1

VYDAVATEĽSTVO OSVETA

Rukopis posúdili
prof. PhDr. JÚLIUS BOROŠ, DrSc.,
a doc. PhDr. JAROSLAV HUDEČEK, CSc.

© doc. PhDr. Ján Grác, CSc., 1985

OBSAH

Predhovor 9

VŠEOBECNÁ ČASŤ

I. *Vymedzenie pojmu persuázie* 15

1. Znaky a princípy 17
Dobrovoľnosť 17
Zainteresovanosť 19
Zúčastnenosť 22
Uistenosť 23
Zdôvodnenosť 27
2. Nadväznosti a odlišnosti 31
Demonštrácia 33
Klarifikácia 34
Sugescia 35
Exemplifikácia 37
Exercitácia 38
3. Delenie a klasifikácia 42

II. *Persuázia v systéme psychologických pojmov* 49

1. Racionálny základ presvedčenia 52
2. Emocionálna zložka presvedčenia 56
City vo vzťahu k poznaniu 58
City vo vzťahu k hodnoteniu 61
3. Presvedčenie ako motív činnosti 63
Presvedčenie a vnútorná činnosť 66
Presvedčenie a vonkajšia činnosť 67

III. *Persuázia ako komunikačný proces* 70

1. Analýza zrozumiteľnosti termínov 72
2. Analýza účinnosti slov 77

Zdroj ako kódovateľ informácie 79
Kanál ako prostriedok prenosu informácie 80
Príjemca ako dekódovateľ informácie 83

IV. *Persuázia v živote človeka* 93

1. Pôvod a vznik 93
2. Uplatnenie a rozvoj 100
3. Možnosti a obmedzenia 106

ŠPECIÁLNA ČASŤ

V. *Činitele persuázie* 115

1. Osobnosť persuádera 117
Úprimnosť a presvedčivosť 119
Príťažlivosť a presvedčivosť 120
Sila presvedčivosti 121
2. Osobnosť recipienta 124
Sprostredkujúce ukazovatele presvedčiteľnosti 128
Bezprostredné ukazovatele presvedčiteľnosti 132
3. Similarita a disimilarita činiteľov 149

VI. *Faktory persuázie* 155

1. Formulovanie téz 156
Komunikatívnosť 158
Kontradiktívnosť 160
Personifikovanosť 164
2. Formulovanie argumentov 171
Faktické argumenty 173
Odvodené argumenty 179
Emocionálne argumenty 185
3. Vzájomné pôsobenie argumentov 189

VII. *Predpoklady persuázie* 200

1. Význam dôvery 200
Dôverivosť 204
Vierohodnosť 205
Hodnovernosť 206
2. Význam percepcie 208
Vnímanie predmetov a myšlienok 211
Vnímanie seba a druhých 216

VIII. *Intencionalita persuázie* 222

1. Zameranosť problému 222
Osobnostná zameranosť 224
Interpersonálna zameranosť 226
2. Cieľ presvedčovania 232
Špecifikácia cieľa 233
Diferenciácia cieľa 237

APLIKAČNÁ ČASŤ

IX. *Uplatňovanie metódy persuázie* 243

1. Metodika prezentovania argumentov 245
Sprostredkovávanie 245
Lokalizovanie 247
2. Metodika interogatívneho presvedčovania 254
Uplatňovanie otázok 256
Typologizácia otázok 258
3. Metodika kladných odpovedí 262
Empatická analýza 266
Diferencujúca analýza 267
Rezultatívna analýza 268
4. Metodika uplatňovania apelov 270
Obsah apelov 270
Forma apelov 272
5. Metodika indirektného pôsobenia 276
Bagatelizovanie problému 276
Nepolemizovanie s antitézou 278
6. Metodika intervenujúcich vplyvov 280
Posilňovanie 280
Zverejňovanie 282
Navodzovanie 284
Inscenovanie 286
7. Metodika proponovania riešenia 291
Prístupnosť 293
Pôvodnosť 294

X. *Osobitosti metódy autopersuázie* 300

1. Druhy sebapresvedčovania 300
Dôsledkové sebapresvedčovanie 301
Spontánne sebapresvedčovanie 303
2. Spôsoby sebapresvedčovania 306

XI. *Cvičné metódy persuázie* 312

1. Teoretické cvičenia 314
2. Praktické cvičenia 316
Rekognoskačná fáza 317
Fáza simulovaných činností 318
Hodnotiaca fáza 319

PRÍLOHY 323
Doslov 336
Literatúra 337
Resumé 344
Vysvetlivky najčastejšie používaných skratiek a znakov 357
Vecný register 358
Menný register 365

PREDHOVOR

Angažované pôsobenie človeka na človeka je v našich podmienkach normálnym a žiadúcim javom, pretože vyplýva z podstaty socialistického spôsobu života. Skutočne, človek je deň čo deň niekým ovplyvňovaný, no zároveň sám niekoho ovplyvňuje. Ide však o to, aby pozitívnemu obsahu vzájomného ovplyvňovania zodpovedala aj primeraná a psychologicky prijateľná forma.

Je zlé, ba niekedy až osobne tragické, ak sa jedinec nedokáže presadiť ani s tým najušľachtilejším zámerom len preto, že forma jeho ovplyvňovania je psychologicky nevhodná a nežiadúca. Takisto si však môže škodiť aj ten, kto nie je vyzbrojený najnovšími psychologickými poznatkami, a to neprimeranou opatrnosťou, podozrievavosťou alebo naivnou dôverčivosťou. Mnohým nepochopeniam, nedorozumeniam, nepríjemným emocionálnym zážitkom, konfliktom, stresom alebo neurózam by sa mohlo predísť, keby sa všetci tí, ktorí sa usilujú o vzájomné ovplyvňovanie, pokúsili zároveň spoznať aj psychické mechanizmy tohto procesu.

Dnes je už všeobecne známe, že jednou z najvýznamnejších metód medziľudského ovplyvňovania je presvedčovanie. O to viac však prekvapuje a zaráža, že táto veľmi závažná a aktuálna problematika nebola u nás dosiaľ spracovaná na úrovni samostatnej monografie a doterajšie literárne spracovanie sa obmedzilo len na neúplné informácie. Azda sme si dosiaľ nestihli uvedomiť, že presvedčovanie, o ktorom tak často hovoríme a ktorého význam sa neustále zdôrazňuje, je jednou z najmenej rozpracovaných metód medziľudského ovplyvňovania a výchovného pôsobenia osobitne.

Pre presvedčovanie je príznačné, že je to problematika multidisciplinárneho charakteru. To znamená, že môže byť spracovaná z hľadiska viacerých vedných disciplín, napr. filozofie, etiky, pedagogiky, rétoriky, lingvistiky, a samozrejme aj psychológie. Na psychologický prístup k riešeniu tejto problematiky upozorňujeme aj tým, že presvedčovanie označujeme

už v nadpise knihy pôvodným psychologickým termínom presuázia. Tento pojem však nechápeme úzko — v jeho špecifickom psychoterapeutickom vymedzení, ale širšie, t. j. ako jednu z najvýznamnejších metód slovného ovplyvňovania človeka človekom. Takto persuázne chápané presvedčovanie podmienilo aj celkovú koncepciu spracovania knihy. Aj keď pojem persuázia naznačuje, že účinnosť činiteľov, faktorov a predpokladov jednotlivých spôsobov procesu presvedčovania objasňujeme predovšetkým z hľadiska psychických mechanizmov, predsa sme sa v práci usilovali uplatniť aj interdisciplinárny prístup tým, že rešpektujeme a nadväzujeme takisto na výsledky bádania príslušných vedných disciplín.

Nezvyčajná zložitosť objasňovania psychických mechanizmov persuázie si vyžiadala, aby sme okrem všeobecných poznatkov uviedli aj výsledky mnohých pôvodných exploračných a experimentálnych sond do skúmanej problematiky. V záujme preverovania, spresňovania i ďalšieho rozvíjania našich empirických údajov sa neobmedzujeme iba na referovanie výsledkov, ale usilujeme sa informovať aj o charakteristike použitej metódy a spôsobe jej apikácie. Aby sme strohými teoretickými správami o výsledkoch výskumov nenarušili štylistickú kontinuitu a čitateľnosť knihy, rozhodli sme sa výsledky jednotlivých sond uvádzať v rámikoch, ktoré nadväzujú na obsah jednotlivých kapitol.

Predložená kniha má slúžiť pre potreby teórie i praxe; je určená pracovníkom z oblasti osvety i zdravotníctva, výchovy i poradenstva a vlastne každému, kto stojí pred problémom ovplyvniť presvedčovaním druhého človeka.

Pri tejto príležitosti si dovoľujem vysloviť poďakovanie všetkým, ktorí mi utvorili priaznivé podmienky pri realizovaní príslušných empirických výskumov, ich spracovaní a napísaní v podobe monografie. Osobitne ďakujem najmä recenzentom prof. PhDr. J. Borošovi, DrSc., a doc. PhDr. Jaroslavovi Hudečkovi, CSc., za starostlivé prezretie rukopisu. Úprimne ďakujem aj svojim najbližším — manželke a deťom za porozumenie a trpezlivosť.

Bratislava marec 1983

Autor

VŠEOBECNÁ ČASŤ

Ľudia sa presvedčujú veľakrát úspešne aj bez toho, aby hlbšie načreli do teoretickej podstaty presvedčovania. Toto je však príznačné nielen pre presvedčovanie, ale aj pre iné formy slovného pôsobenia. Napríklad dieťa sa vie pomerne dobre vyjadrovať, aj keď nepozná teóriu svojho jazyka, gramatiku. No tak ako ovládanie gramatiky zlepšuje vyjadrovacie možnosti, tak aj teoretické poznatky o persuázii pomáhajú zefektívniť túto metódu. Preto hlavná myšlienka tejto časti knihy spočíva v téze, že *čím širšie znalosti má človek o problematike presvedčovania, tým vhodnejšie môže a vie túto metódu aplikovať pri ovplyvňovaní druhých ľudí.*

Neznalosť teórie persuázie predstavuje nebezpečenstvo, že z pojmov presvedčovanie a presvedčenie sa môžu postupne vytrácať práve ich charakteristické znaky a naopak môžu sa im pripisovať aj také, ktoré s ich obsahom nemajú nič spoločné, skresľujú ho alebo inak deformujú. Okrem toho, keďže presvedčovanie nie je jedinou metódou vzájomného ovplyvňovania, môže sa v medziľudských kontaktoch táto významná metóda zamieňať s inými metódami ovplyvňovania, resp. iné, celkom odlišné metódy sa môžu pokladať za metódu presvedčovania.

Preto v prvej — všeobecnej časti našej publikácie pristúpime najprv k pojmovému vymedzeniu problematiky persuázie, objasníme základné princípy metódy presvedčovania a rozoberieme osobnostné znaky už vyformovaného presvedčenia. Až po tomto širšom psychologickom i psycholingvistickom vymedzení pertraktovaných pojmov môžeme riešiť konkrétne otázky, napr. ako sa persuázia rozvíja a uplatňuje v živote človeka, aké sú jej možnosti i obmedzenia atď. To, že tematiku pôvodu a histórie persuázie netradične zaraďujeme do záverečnej kapitoly prvej časti tejto práce, nie je náhodné. Nemožno totiž skúmať vznik a vôbec uplaňovanie persuázie v živote človeka, ak si najprv neobjasníme, čo tento pojem znamená a najmä ako ho možno hodnotiť z aspektu požiadaviek angažovaného ovplyvňovania človeka človekom v podmienkach socialistickej spoločnosti.

I.
VYMEDZENIE POJMU PERSUÁZIA

Pre ľudí je charakteristické, že na seba vzájomne pôsobia. Každá izolovanosť či uzavretosť ľudského jedinca je len dočasným a prechodným javom. Naopak, vzájomná súčinnosť a pôsobenie sú trvalým a prirodzeným prejavom človeka, sú spoločenským atribútom. Bez vzájomného pôsobenia ľudí by vlastne spoločnosť ani nemohla existovať. Práve preto je problematika vzájomného pôsobenia ľudí predmetom skúmania viacerých vedných disciplín, napr. politickej ekonómie, filozofie, sociológie, psychológie atď.

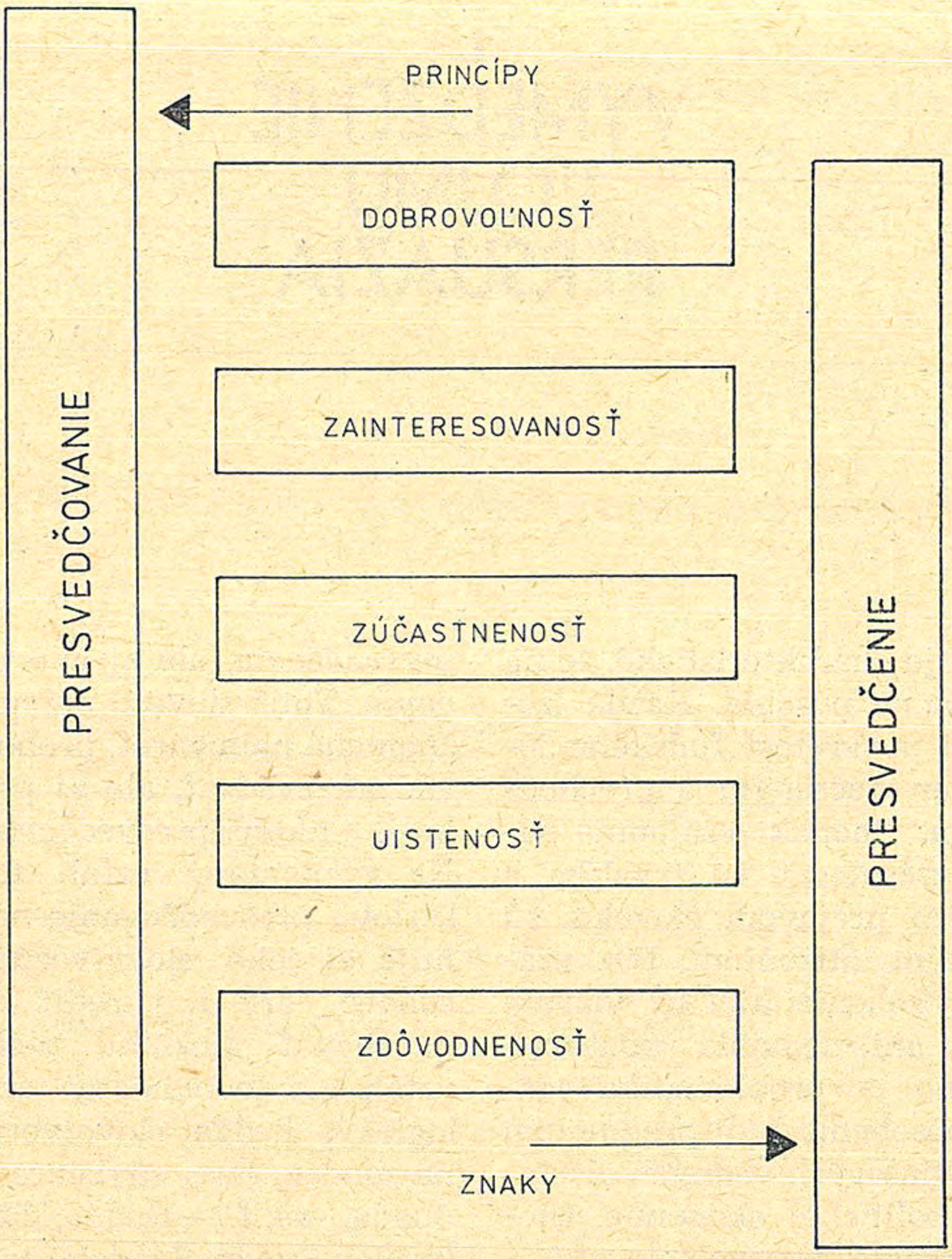
Keďže vzájomné pôsobenia ľudí zasahuje predovšetkým psychickú stránku človeka, psychológia sa usiluje odpovedať nielen na otázku, ako sa to uskutočňuje, ale pokúša sa objasniť aj vonkajšie a vnútorné podmienky, od ktorých závisí účinnosť, resp. efektívnosť rozličných metód a spôsobov medziľudského ovplyvňovania (objasňovania, modelovania príkladov a vzorov, sugescie, emočnej expozície, eliminácie alebo substitúcie a samozrejme aj persuázie).

Slovo persuázia (lat. persuasio, -onis, f.) možno chápať nielen ako *presvedčenie*, ale aj ako *presvedčovanie*. Totiž sloveso persuadeo, -ere znamená nahovárať, prehovárať, navádzať, zvádzať, ale aj pohnúť niekoho a najmä presvedčovať niekoho. Na významový vzťah tohto slova k slovu presvedčovanie nás upozorňuje aj jeho slovotvorná prípona suadeo, -ere, t. j. radiť, odporúčať, navrhovať niekomu niečo. Tento vzťah nie je náhodný ani etymologický, keďže slovotvorná prípona suadeo, -ere, súvisiaca so slovom Suada, -ae, f. — Suada, čiže Suadela (vyslov Sváda, Svádela) je podľa antickej mytológie výrečná bohyňa „prehovárania“, v gréčtine zvaná Peitho.*

V súčasnosti sa v psychológii, ale aj v pedagogike (V a n ě k, 1972, s. 117) pod pojmom persuázia alebo presvedčovanie rozumie metóda ovplyvňovania, ktorá je založená

---

* Peitho bola služobnicou bohyne Afrodity a jej syna Erosa a družkou Múz. Svojou výrečnosťou a prehováraním pomáhala svojim obľúbencom získať slávu a úspech. Ctili ju najmä rečníci a milenci. V chráme Afrodity v Aténach mala Peitho aj svoj oltár.



Obr. 1. *Rozdielna funkcia tých istých pojmov vo vzťahu k procesu (presvedčovanie) a jeho výsledku (presvedčenie)*

na slovnom — verbálnom, ale aj nonverbálnom pôsobení človeka na človeka. Ten, kto na niekoho slovne pôsobí, je presvedčovateľ — *persuáder*, ten, kto je presvedčovaný, sa nazýva *recipient* (O k u n, 1978, s. 15). Ďalšou závažnou otázkou je, čím sa presvedčovanie líši od ostatných spôsobov a metód ovplyvňovania (napr. objasňovania, sugescie, pochvaly, kritiky atď.). Na základe rozborov obsiahnutých v tejto publikácii môžeme konštatovať, že *presvedčovanie je také ovplyvňovanie, pri ktorom sa recipient pod vplyvom presvedčovateľa dobrovoľne, zainteresovane a zúčastnene uisťuje o zdôvodnenosti nejakého stanoviska.**

Výsledkom presvedčovacieho pôsobenia (ak bolo, samozrejme, úspeš-

* Stanoviskom rozumieme tvrdenie alebo zmýšľanie recipienta (p. str. 47).

né) je presvedčenie. *Presvedčenie chápeme ako špecifické ovplyvnenie vyznačujúce sa dobrovoľným, zainteresovaným a zúčastneným uistením recipienta o zdôvodnenosti svojho stanoviska.**

Z vymedzení obidvoch základných, kontinuitných pojmov vyplýva, že presvedčovanie (proces) a presvedčenie (výsledok tohto procesu) sme definovali pomocou rodu a druhového rozdielu, pričom ovplyvňovanie vystupuje ako rodový pojem a špecifické spôsoby uistenia recipienta ako druhový rozdiel.

1. ZNAKY A PRINCÍPY

Pri vymedzovaní presvedčovania a presvedčenia sme vychádzali z viacerých pojmov, ktoré, podľa toho, čo sme nimi definovali, môžeme chápať buď ako diferencujúce princípy, alebo ako diferencujúce znaky.

Ak pristupujeme ku persuázii z procesuálneho hľadiska, pojmy dobrovoľnosť, zainteresovanosť, zúčastnenosť, uistenosť a zdôvodnenosť hodnotíme ako diferencujúce *princípy*, ktorými možno metódu presvedčovania vymedziť, teda definovať, a tým ju zároveň odlíšiť od iných metód medziľudského ovplyvňovania.

Ak chápeme persuáziu ako výsledok ovplyvňovania, alebo ak posudzujeme, či psychickú kvalitu vzniknutú ovplyvňovaním možno charakterizovať ako presvedčenie, pojmy dobrovoľnosť, zainteresovanosť, zúčastnenosť, uistenosť a zdôvodnenosť vystupujú ako určujúce *znaky* vzniku a trvania tejto psychickej kvality (obr. 1).

DOBROVOĽNOSŤ

Dobrovoľnosť je znak, pomocou ktorého možno odlíšiť ovplyvnenie vo forme presvedčenia od iných ovplyvnení, napr. od ovplyvnenia dosiahnutého prinútením, hrozbou, zastrašovaním, násilím a pod. Aj keď sa človek nikdy nemôže úplne svojvoľne rozhodovať (voluntarizmus), pretože ho determinujú rozličné vonkajšie a vnútorné okolnosti (podľa Engelsa sloboda vôle neznamená nič iné, ako schopnosť rozhodovať sa so znalosťou veci), predsa sa determinizmus v marxistickej etike nechápe ako fatalizmus. Keby človek totiž nemal možnosť samostatne rozhodovať o svojom konaní, konať podľa vlastného uváženia a na základe vlastného rozhodnutia, nemohol by ani zodpovedať za svoje činy.**

---

* I. K. Žuravlev (1976, s. 2), odvolávajúc sa na N. A. Menčiskú, sa domnieva, že v „existujúcich definíciách pojmu presvedčenie je veľa spoločného s definíciami svetonázoru, ak ide o psychologickú stránku otázky". Z toho však potom vyplýva, že psychologickým riešením problémov formovania presvedčenia riešime viac či menej aj otázky psychologických mechanizmov formovania svetonázoru človeka.

** V rámci celkovej spoločensko-historickej nevyhnutnosti, ktorá sa uskutočňuje súčinnosťou veľkých ľudských spoločenstiev, disponuje sociálna skupina alebo jednotlivec slobodou voľby. Práve v týchto hraniciach stavia marxistická etika aj otázku zodpovednosti" (Kona kol., 1978, s. 220). „Objektívny svet odrážaný cez prizmu vnútorných podmienok subjektu (potreby, záujmy, túžby, vedomosti atď.) preň utvára možnosť stavať si rozličné ciele, rozhodovať sa, po-

Skutočnosť, že človek pri svojom správaní a konaní vždy rozoznáva, kedy sa rozhodol relatívne slobodne a kedy pod vplyvom vonkajšieho tlaku alebo dokonca násilia, má za následok, že nemožno hovoriť o formovaní presvedčenia tam, kde recipient nemá vedomie dobrovoľného prijatia alebo odmietnutia toho, čím sa naňho pôsobí. Všade tam, kde sú podmienky voľného rozhodovania človeka pri prijímaní a odmietaní nejakého názoru alebo pri zdôverovaní sa so svojím vlastným názorom obmedzované či už priamym, alebo nepriamym donucovaním, nemôžeme hovoriť o presvedčovaní, aj keby sme akokoľvek dôsledne dodržiavali všetky ostatné požiadavky kladené na túto metódu.

O *priamom donucovaní* hovoríme vtedy, keď sa presvedčovanie spája so zastrašovaním, vyhrážkami, hrozbami a očakávaním trestov. Napríklad ak rodičia pôsobia na svoje dieťa, že pravidelná príprava na vyučovanie je prvou podmienkou jeho úspechov v škole a ono vie, že ak by s rodičmi nesúhlasilo, čaká ho trest, nemôžeme hovoriť o presvedčovaní, aj keby rodičia akokoľvek dômyselne a rozumne presadzovali svoj názor.

S *nepriamym donucovaním* sa stretávame v prípadoch, keď má človek možnosť voľby, no prijatie protikladnej alternatívy ovplyvňujú, resp. sťažujú rozličné zastreté spôsoby psychického nátlaku. Napríklad ak persuáder pri presadzovaní svojho stanoviska vychádza z dilemy „chápeš — nechápeš“, presvedčovaný odmietaním stanoviska akoby zároveň priznával, že je nechápavý. Iný spôsob psychického nátlaku spočíva v tom, že jedinec má síce možnosť voľby, ale len v podmienkach časového stresu, napr. presvedčovaný má príležitosť oboznámiť sa s podmienkami iba jednej alternatívy, zatiaľ čo na úplné poznanie druhej, a teda aj na uvážené rozhodnutie, nemá dostatok času, čo zámerne „zariadil“ persuáder. Ďalší spôsob psychického nátlaku predstavuje zámerné obmedzovanie prílivu informácií alebo ich skresľovanie. Ani v jednom prípade, ak sa aj človek prikloní na stranu ovplyvňovateľa, nemôžeme hovoriť o presvedčení, ale iba o psychickom „premožení“. V takomto prípade prežíva jedinec vlastné rozhodnutie ako porážku a neustále sa usiluje o jeho revíziu a návrat k pôvodnému stanovisku.

---

stupovať tak, či inak . . .“ „Slobodná nie je vôľa, ktorá pri voľbe vychádza iba zo subjektívnych želaní, ale vôľa, ktorej voľba je správna v zhode s objektívnou nevyhnutnosťou“ (Rozental a kol., 1977, s. 574).

Niektorí západní autori nazývajú techniky nepriameho donucovania na základe uplatňovania rozmanitých foriem psychického nátlaku priliehavým názvom „brain — washing“ (v slovenskom preklade „umývanie mozgu“). V tejto situácii sa niet čo čudovať, že už roku 1957, keď vyšla kniha V. Packarda „Hidden Persuaders“ (Skrytí presvedčovatelia), sa stala práve táto kniha bestsellerom — jednou z najčítanejších publikácií. Autor v nej zasvätil svojich čitateľov do mnohých skrytých variant psychického ovplyvňovania, ktoré boli až dovtedy prostému človeku neznáme. Cieľom knihy bolo „detegovať“ a identifikovať rozličné

signály eticky pochybných praktík presvedčovania.*

Na záver môžeme konštatovať, že jedným z najcharakteristickejších princípov ovplyvňovania, ak sa má nazývať presvedčovaním, je dobrovoľné rozhodovanie presvedčovaného, a to bez použitia akéhokoľvek priameho alebo nepriameho donucovania. Pri presvedčovaní ide teda o medziosobnú interakciu, pri ktorej prežíva jej účastník maximum dobrovoľnosti pri akceptovaní názoru druhého. Posledné slovo má mať recipient, a aj keď sa ho nepodarí presvedčiť, mal by odchádzať s vedomím, že ho nestihne trest. V tomto zároveň spočíva aj určité obmedzenie metódy presvedčovania, pretože nie každý sa nechá dobrovoľne ovplyvniť. Práve preto je potrebné, aby sa podľa toho o čo ide, uplatňovali aj iné metódy medziosobného ovplyvňovania či výchovného pôsobenia. Znakom dobrovoľnosti však zároveň získava metóda presvedčovania prednosť pred inými metódami, pretože, ak sa nám už niekoho podarí presvedčiť, vzniknuté presvedčenie je jedným z najmocnejších regulátorov uvedomeného správania a konania človeka.

ZAINTERESOVANOSŤ

Zainteresovanosť je jedným zo znakov, ktorý upozorňuje, že presvedčenie je také osobnostné ovplyvnenie, ktoré sa formuje nielen na základe toho, čím sa na jedinca pôsobí, ale aj na základe toho, ako toto pôsobenie jedinec sám vidí, prežíva a ďalej ho individuálne v sebe spracováva. Je to práve osobná zainteresovanosť, ktorá spôsobuje, že v každom osobnostnom ovplyvnení založenom na presvedčení (na rozdiel od osobnostného ovplyvnenia založeného iba na poznaní) sa oveľa viac odrážajú náhľady, ako aj záujmy a potreby toho, kto je o niečom presvedčený.

Podľa marxistického teoretika presvedčovania Okuna (1978, s. 20—21) „... presvedčenia sa neprenášajú jednoduchým sprostredkovaním. Teda na rozdiel od výrokov a teórií sa viažu iba na existenciu celkom určitých indivíduí. Preto nemá zmysel hovoriť o privlastnení alebo identifikovaní indivídua s určitým

---

* Je známe, že v kapitalistických krajinách sa efektívne spôsoby presvedčovania veľmi dôkladne skúmajú najmä v oblasti obchodnej reklamy. Rozličné maniere obchodnej reklamy však prenikajú aj do oblasti politickej propagandy a agitácie v období tzv. predvolebných kampaní. Napr. roku 1968 vyšla v New Yorku kniha J. McGiunissa „The Selling of the President" (Predaj prezidenta), v ktorej autor opisuje zákulisné mechaniky percipovania „akceptabilného obrazu prezidenta" rozličnými prostriedkami politickej reklamy. Iní autori, napr. Brembeck a Howell (1976) v záverečnej kapitole svojej knihy „Presvedčovanie — prostriedok sociálneho vplyvu" priam dramatickým spôsobom líčia používanie rozličných psychologických praktík ovplyvňovania voličov. Konštatujú, že v tzv. predvolebnej kampani sa výber týchto praktík veľmi nelíši od praktík, ktoré sa používajú v obchodnej reklame a kladú si otázku: kam to môže až viesť, keď je voľba kandidáta ovplyvňovaná rozličnými maniermi obchodnej reklamy, tak ako výber zubnej pasty, kocky mydla, či 24-hodinového dezodorantu.

presvedčením, ale správnejšie je, keď sa pojem privlastnenia v týchto súvislostiach vôbec nepoužíva".

Zatiaľ čo na to, aby sme niekoho ovplyvnili iba na základe poznatkov, postačia informácie, ktoré odpovedajú na otázky „čo je to?", teda informácie, ktorými sa objasňuje *podstata javu,* na to, aby sme niekoho presvedčili, samo poznanie javu nestačí. Človeku treba poskytnúť vždy aj také informácie, ktoré mu pomôžu osobne sa zainteresovať na tom, o čom ho presvedčujeme. Sú to predovšetkým informácie, ktorými sa objasňuje *zmysel alebo účel* vysvetľovaného javu, teda informácie, ktoré odpovedajú na otázku „na čo je to?". Zatiaľ čo na základe informácií, ktoré odpovedajú na otázku „čo je to?", nie je takmer pre nikoho problém pochopiť napr. všeobecný poznatok, že podmienkou životného úspechu je čestná a poctivá práca, takéto informácie spravidla nestačia, ak by sme iba nimi chceli človeka presvedčiť aj o tom, že poctivý prístup k práci je podmienkou jeho vlastného životného úspechu. Na to, aby takéto presvedčenie u príslušného jedinca vzniklo, sú potrebné aj informácie formulované z účelového hľadiska, teda také, ktoré odpovedajú na otázku, či aj u daného človeka vzhľadom na to, čo od svojho života očakáva, môže byť podmienkou životného úspechu iba čestná a poctivá práca. Vedomosti môžu byť aj osobne neutrálne, v presvedčovaní sa však vždy odráža osobná zainteresovanosť človeka, a preto je na vznik morálneho presvedčenia potrebné „. . . rozumovo pochopiť nevyhnutnosť a účelnosť určitého správania" (K o n a k o l., 1978, s. 180).

V tomto zároveň nachádzame odpoveď, prečo sa nám nedarí presvedčiť človeka, keď mu síce dôkladne a sústavne objasňujeme iba podstatu, ale nie zmysel daného javu. Teda pri utváraní takého alebo onakého presvedčenia nestačí iba donekonečna vysvetľovať a objasňovať, napr. čo je spravodlivosť, čestnosť, alebo statočnosť, ale potrebné je zároveň človeku zdôvodňovať a argumentovať, či alebo prečo sa práve jemu oplatí byť spravodlivý, čestný alebo statočný.

Skutočnosť, že pre presvedčenie ako psychickú kvalitu je príznačná osobnostná zainteresovanosť jej nositeľa, určuje aj spôsob zdôvodňovania. Kým pri zdôvodňovaní poznatku neraz stačí odhaliť logické súvislosti medzi *príčinou a účinkom,* pri zdôvodňovaní presvedčovania treba odhaľovať aj psychologické súvislosti medzi *dôvodom a následkom.* Je známe, že odhaľovaním logických súvislostí medzi príčinou a účinkom sa získavajú argumenty na potvrdenie správnosti alebo pravdivosti poznatku. Na druhej strane sa odhaľovaním psychologických súvislostí medzi dôvodom a následkom získavajú argumenty, ktoré zdôvodňujú význam alebo závažnosť presvedčenia. Zatiaľ čo sa pri odhaľovaní objektívnej príčinnosti usilujeme maximálne znížiť subjektívnosť poznávajúceho, pri odhaľovaní individuálnych dôvodov (pretože dôvod je vlastne motív) je subjektívnosť presvedčovaného východiskom i predmetom argumentovania. Teda niečo iné je argumentovať tak, aby

u človeka vznikol poznatok, že pravdovravnosť znamená zhodu našich výrokov s objektívnou skutočnosťou a niečo iné je presvedčiť človeka, aby bol pravdovravný. Tu nachádzame takisto jednu z možných odpovedí, prečo ani sebalepšou argumentáciou, ak je založená iba na odhaľovaní objektívnych príčin a nevychádza z motívov človeka, nevieme presvedčiť, ale nanajvýš iba poučiť.

Zistenie, že v každom presvedčení ako v subjektívnom videní sveta a miesta presvedčovaného v ňom sa odráža nielen poznanie skutočnosti, ale aj jej hodnotenie, znamená, že pri chápaní procesu presvedčovania nemožno vychádzať iba z teórie poznania (gnozeológie), ale treba sa opierať aj o teóriu hodnotenia (axiológiu). Totiž každé presvedčovanie ako zainteresované hodnotenie je na rozdiel od poznania výrazne spoločensky a subjektívne zaujaté.*

Rozdiel medzi poznaním a hodnotením je v tom, že „zatiaľ čo subjekt poznania sa usiluje od tejto zaujatosti abstrahovať, subjekt hodnotenia túto zaujatosť presadzuje. Preto sa v hodnotiacom procese nestretávame s takou výraznou odlúčenosťou u objektu a subjektu ako v procese poznávania. To je napokon aj príčinou toho, prečo sa v gnozeológii na jednej strane absolutizuje protiklad subjektu a objektu a prečo sa v axiológii na druhej strane naopak často absolutizuje ich jednota“ a ďalej „zatiaľ čo v poznaní si subjekt uvedomuje objektívnu skutočnosť, v hodnotení si uvedomuje, čím je pre neho táto poznávaná skutočnosť a čím on je v nej, teda uvedomuje si seba v tejto skutočnosti“ (B r o ž í k, 1976, s. 62, 64, 67).

Na záver môžeme konštatovať, že nie o každom poznatku, aj keby sa zakladal na akomkoľvek množstve informácií, možno povedať, že sa pretvára v presvedčenie. Na presvedčenie sa sformujú iba tie poznatky, na ktorých je človek aj nejako osobne zainteresovaný, a to, na čom je človek zainteresovaný, nemusí byť vždy reprezentované iba množstvom poznatkov. Podľa O k u n a (1978, s. 90) „presvedčenia vznikajú iba vtedy, keď ich recipient vidí ako užitočné pre realizovanie svojich záujmov“. Napríklad málokto sa bude presvedčovať a zároveň uisťovať, že je lepšie pracovať v závode N alebo v závode M, aj keby mal o týchto závodoch pomerne veľa informácií. Každý sa však pravdepodobne bude usilovať „premeniť“ svoje poznatky na presvedčenie, ak sa bude musieť rozhodnúť, či má prijať zamestnanie v jednom, alebo druhom závode. Teda presvedčenie predpokladá vedomosti, no vedomosti osobne videné, alebo ako hovorí L e o n t i e v, vedomosti, ktoré sú nielen poznané a pochopené, ale aj vedomosti, ktoré majú „osobný subjektívny zmysel“ (P o z d ň a k o v, 1977, s. 264). Tých, ktorých práve jav osobne zaintere-

---

* Nie náhodou viacerí autori vymedzujú presvedčenie predovšetkým z hodnotového aspektu. Napríklad podľa V a ň k a (1972, s. 119) cieľom presvedčovania „nie je len rozmnožovanie vedomostí a zbehlostí, ale aj výstavba sústavy hodnôt alebo prestavba hodnotenia javov“. Aj P a r d e l (1977, s. 143) charakterizuje presvedčovanie „ako vedomé prežitie významných hodnôt“.

sovaného zhodnocovania poznatkov zvádza k domnienke, že v presvedčení človeka by sa mohli prezentovať iba úzke individualistické či egoistické záujmy, treba upozorniť, že človek je nositeľom nielen osobných, ale i nadosobných — celospoločenských záujmov. A tak aj v presvedčeniach (podľa toho, o koho ide) sa môže viac alebo menej prezentovať nielen to, čo je prospešné pre jedinca, ale aj to, čo je prospešné pre celú spoločnosť.

ZÚČASTNENOSŤ

Zúčastnenosť je diferencujúci princíp, ktorý sa vzťahuje na proces presvedčovania. Výsledok ovplyvňovania nezávisí iba od toho, akou metódou na jedinca pôsobíme, alebo ako metodicky správne narábame s jednotlivými formami ovplyvňovania, ale aj od toho, ako človek reaguje, resp. ako je vnútorne uspôsobený prijímať či odmietať určité spôsoby vplyvu. Teda nielen presvedčovanie, ale vôbec akékoľvek ovplyvňovanie (napr. vysvetľovanie, sugescia, príklad, odmena, trest) predpokladá proces zvnútornenia (interiorizácie), v ktorom sa vonkajšie vplyvy „lámu“ na vnútorných podmienkach.

Úroveň interiorizácie nie je však pri všetkých metódach vplyvu rovnaká. Azda najnižšia je pri donucovaní (ovplyvňovanie trestom predpokladá takisto určitý stupeň zvnútornenia). Na druhej strane relatívne vyšší stupeň interiorizácie si vyžaduje formovanie presvedčenia. Nie náhodou P o z d ň a k o v (1977, s. 251—261) charakterizuje presvedčenie ako najvyššiu formu duchovnej aktívnosti. Okrem toho presvedčenie nadobúda u svojho nositeľa hodnotu osobnostnej psychickej kvality. Ak však vedomie pôvodnosti (autentickosti) alebo autorstva presvedčenia chýba, nemôžeme hovoriť už o presvedčení, ale iba o poznaní, resp. pochopení.

Z tohto vyplýva, že každá interiorizácia predpokladá väčšiu alebo menšiu zúčastnenosť ovplyvňovateľa i ovplyvňovaného. No presvedčenie zahrnuje takú zúčastnenosť, pri ktorej je vonkajšia regulácia pre ovplyvňovaného iba subjektívne uvedomovanou okolnosťou, kým autoregulácia je subjektívne uvedomovanou príčinou vzniku presvedčenia. Teda vznik akéhokoľvek presvedčenia predpokladá takú interiorizačnú zúčastnenosť, pri ktorej si presvedčovaný oveľa viac uvedomuje to, čo vydáva *zo seba*, ako to, čo *do seba* prijíma.

U každého ovplyvňovaného sa stretávame s určitými názormi, postojmi, motívmi, ale aj „hotovými“ presvedčeniami, ktoré sa dostávajú viac alebo menej do protikladu s tým, čím na neho pôsobíme. Preto je presvedčovanie vlastne neustálym procesom prekonávania toho, čo už v človeku je, tým, čo by v ňom malo byť. Ak sa na proces ovplyvňovania pozeráme z hľadiska zúčastnenosti, potom sa na pôvodné presvedčenia ovplyvňovaného môžeme pozerať nielen ako na prekážky, ktoré treba odstrániť, ale aj ako na užitočný myšlienkový základ, ktorého existencia je nevyhnutnou podmienkou na začiatočné vnútorné zaangažovanie ovplyvňovaného. Zúčastnené prekonávanie starého (pôvodného) je potom nielen základom pre vznik

nového presvedčenia, ale zároveň je aj jedným z vnútorne najmocnejších dôvodov jeho prijatia. Každé presvedčenie človeka tvorí teda plynulé kontinuum pôvodného (neúplného, nedôsledného, ale neraz i protikladného) stanoviska so stanoviskom, ktoré človek zaujíma a ktorému verí. V tomto kontinuu má pôvodné presvedčenie významnú úlohu v tom, že vystupuje na podporu novoprijatého ako jeden z najautentickejších vnútorných argumentov.

V tomto nachádzame zároveň aj jednu z možných odpovedí, prečo „radikálne potlačená mienka indivíduа nevedie jednoznačne k radikálnej zmene postoja“ (H a r i n g, 1980, s. 61). Totiž, ak nedovolíme, aby si človek mohol obhajovať to, čo tvrdí, nemôžeme od neho očakávať ani zúčastnenosť na prekonávaní svojho pôvodného presvedčenia. V podstate tu už hovoríme o tom, čo L e v i (1976, s. 211) nazýva úctou k nerovnakosti, odlišnosti, inému vkusu, zvyklostiam, záujmom a názorom, ako „jednej z najdôležitejších podmienok styku medzi ľuďmi hodných tohto mena“.*

* Pretože v presvedčení sa vždy odzrkadľujú charakteristické a podstatné znaky a črty osobnosti, úctu k presvedčeniu druhého možno chápať aj ako úctu k človeku samému. Keďže svoje presvedčenie majú takisto aj vrahovia, zlodeji, lajdáci či príživníci, ktorých si rozhodne nemožno vážiť, úcta k presvedčeniu človeka sa začína vlastne už tam, kde sa ho usilujeme pochopiť, teda všade tam, kde nesprávne názory a postoje človeka ovplyvňujeme bez donucovania. Veď práve presvedčovacia metóda umožňuje pochopiť človeka bez toho, aby sa to, čo je nesprávne a zlé, ospravedlňovalo alebo tolerovalo.

UISTENOSŤ

Uistenosť alebo istota je taký diferencujúci znak presvedčenia, ktorý vystupuje do popredia, len čo začneme výsledky rozličných ovplyvňovacích metód analyzovať z výchovného alebo finálneho hľadiska. Je známe, že z finálneho hľadiska sa výsledky ovplyvňovania medzi sebou líšia aj podľa toho, akou metódou, resp. akým spôsobom pôsobí človek na človeka. Napríklad zatiaľ čo vysvetľovaním chceme dosiahnuť, aby jedinec pochopil nejaký jav, modelovaním vzorov dosahujeme jeho identikovanie sa s niekým, odmenou či trestom zasa jeho motivovanie a psychickými cvičeniami upevňovanie jeho výkonu, presvedčovaním sa usilujeme uistiť človeka tak, aby získal vedomie subjektívnej istoty, čiže presvedčenie.**

** S interpretovaním presvedčovania na základe pojmov „uistenie“ alebo „istota“ sa stretávame u viacerých marxistických teoretikov. Napríklad sovietsky pedagóg L e r n e r (1976, s. 17) v súvislosti s rozborom vedeckého svetonázoru zisťuje, že „komunistické presvedčenie znamená *istotu*, ktorá sa týka pravdivosti svojich vedomostí, svojej myšlienky“. Pretože presvedčenie sa však môže týkať minulosti, súčasnosti aj budúcnosti, autor sa pýta, ako je to s takým presvedčením, ktoré sa týka budúcnosti a nemožno ho ešte presne potvrdiť alebo dokázať. Na otázku, či tu môžeme hovoriť o viere, autor odpovedá: „Ukazuje sa, že v takom prípade musíme hovoriť o *uistení sa* založenom na systéme dôvodov“ (L e r n e r, 1976, s. 12). Podľa K l a u s a (1968) existujú rozličné stupne istoty. Istota založená iba na rade citových zážitkov, ktoré sa viac alebo menej opierajú o logické zdôvodnenia, sa nazýva mienka.

Keď sa subjekt celou svojou osobnosťou zasadí za určité stanovisko, ktoré pre neho znamená istotu, hovoríme o presvedčení. O k u n (1977, s. 26) však k tomu poznamenáva, že „istota ešte neprodukuje automaticky presvedčenie". Aj v našom vymedzení chápeme istotu iba ako jeden znak presvedčenia. Nie každý, kto sa o niečom ubezpečí rozumom, je aj presvedčený. V procese presvedčovania treba dodržiavať aj ďalšie princípy. Istota je síce jeden z významných, ale sám osebe *nedostatočný* princíp vzniku a pretvárania presvedčenia.

Uistenosť je z psychologického hľadiska pojem, ktorým sa vyjadruje jedna z najvšeobecnejších ľudských potrieb — istota. Na rozdiel od M a s l o v a (1954), ktorý chápe potrebu istoty iba ako potrebu bezpečnosti, a preto ju aj zaradil do kategórie nižších potrieb, má potreba istoty oveľa širší význam, pretože sa zjavuje aj pri uspokojovaní potrieb vyššej úrovne, napr. potrieb sociálnej spolupatričnosti, osobného ocenenia, ambície, sebauskutočňovania alebo sebautvárania. Ak teda presvedčenie chápeme zároveň ako prežívanie istoty, ktorá, ako sme už povedali, patrí k najvšeobecnejším ľudským potrebám, musíme uznať, že človek je odkázaný na presvedčenie vlastne tak, ako je odkázaný na lásku, uznanie alebo sebarealizáciu, pretože ho potrebuje.*

Systém presvedčení každého človeka je teda zároveň systémom jeho osobných istôt. V tomto nachádzame aj odpoveď na otázku, prečo nie je človek taký citlivý na stratu poznatkov a prečo sa vždy tak húževnato pridržiava svojho presvedčenia. Zatiaľ čo strata poznatkov znamená neraz iba stratu informácie, strata presvedčenia je vždy spojená so stratou istoty. Ani skeptik, ktorý namieta proti mnohým argumentom, nie je vždy iba tým, ktorý sa nechce dať presvedčiť. Naopak, práve takýmto postojom môže chcieť svoje presvedčenie podložiť vyšším stupňom istoty. Napríklad pacient, ktorý navonok vyjadruje skepsu k optimistickým tvrdeniam svojho ošetrujúceho lekára, sa v skutočnosti teší a „fandí" každému novému argumentu, ktorý rozptyľuje jeho obavy. Teda aj skepsa môže byť neraz iba maskou, za ktorou sa môže skrývať paradoxne prejavená potreba istoty.

Zistenie, že rozličné metódy medziľudského ovplyvňovania sa prezentujú nielen rozličným spôsobom, ale ich vplyvom sa utvárajú aj rozličné psychické kvality, upozorňuje, že nie každá metóda je rovnako vhodná na riešenie akýchkoľvek problémov. To, že presvedčovaním sa utvára iba určitá špecifická psychická kvalita, t. j. jeho výsledkom je uistenie človeka o niekom alebo niečom, naznačuje, že ani jej uplatňovanie nie je všeobecné, ale má takisto určité obmedzenia. Spravidla človek nepotrebuje, aby sme ho presvedčovali o jasných veciach, napr. či vonku sneží, alebo nesneží, alebo či je ešte len 6 hodín ráno, alebo už 8 hodín ráno. Totiž správnosť jedného alebo druhého tvrdenia si môže s určitosťou priamo alebo nepriamo overiť. Na druhej strane je presvedčovanie potrebné vtedy, keď človek stojí pred úlohou zaujať stanovisko k otázkam, ktoré si nemôže bezprostredne overiť. K takýmto otázkam patria napr.

---

* K o v á č (1982, s. 210) pokladá istotu — neistotu za dimenzie osobnosti.

problémy, či atraktívny milenecký partner bude aj vzorným manželom a starostlivým otcom, či je výhodnejšie vstúpiť do toho, alebo onoho zamestnania, či je lepšie naďalej sa liečiť konzervačnými prostriedkami, alebo sa už teraz podrobiť náročnej operácii a pod.

Z tohto vyplýva, že za neurčitú otvorenú situáciu pokladáme takú situáciu, pri riešení ktorej nemá človek poruke všetky informácie, a preto si pri hľadaní odpovedí na nastolenú otázku nedostatok niektorých informácií nahradzuje uisťovaním na základe objektívne alebo subjektívne chápanej pravdepodobnosti (probability) výskytu javov. Pojem pravdepodobnosť má svoje opodstatnenie v tom, že aj keď výskyt vonkajších a vnútorných dejov, s ktorými sa človek stretáva, podlieha fyzikálnym, biologickým, sociálnym i psychologickým zákonom, predsa nie je pôsobenie a presadzovanie týchto zákonov mechanické, ale je dialekticky podmienené, takže výskyt určitých javov síce nemôžeme vždy presne určiť, ale často ho môžeme iba s väčšou alebo menšou pravdepodobnosťou odhadnúť. Podľa Břicháčka (1970) za otvorené alebo neurčité situácie pokladáme také situácie, 1. v ktorých presne poznáme pravdepodobnosť výskytu javu (napr. pri hádzaní mincou), 2. v ktorých môžeme objektívnu pravdepodobnosť odhadnúť iba približne (napr. správnosť lekárskej diagnózy alebo pravdepodobnosť výsledku športového podujatia), 3. v ktorých nie je možné objektívne určiť pravdepodobnosť (napr. predpovedať, či bude dosť snehu v druhý marcový víkend). Autor charakterizuje prvú situáciu ako istú, druhú ako málo istú a tretiu ako rizikovú.

Objektívnu pravdepodobnosť výskytu javov v neurčitých situáciách sa dnes pokúšajú odhaliť viaceré vedné disciplíny. Napríklad v matematike sa miera pravdepodobnosti výskytu javov vyjadruje zlomkom v rozpätí od 0 do 1. S pojmom objektívna pravdepodobnosť súvisí aj pojem objektívna riskantnosť, ktorý má pre rozličné oblasti ľudského rozhodovania rozličný limit (kolektív lekárov sa napr. niekedy rozhoduje pre operáciu už pri hodnote 0,60, no kolektív vedcov pre uskutočnenie kozmického letu niekedy až pri hodnote 0,99).

Okrem objektívneho odhadnutia výskytu javu v neurčitých alebo v neúplne definovaných situáciách existuje aj subjektívny odhad, ktorý je daný takisto hodnotami od 0 do 1. Stretávame sa s ním v prípadoch, keď človek nepozná objektívnu pravdepodobnosť, no chce ju poznať, a tak sa musí viac či menej spoliehať na vlastné skúsenosti. To sa už dostávame k pojmu subjektívnej rizikovosti, ktorá má iné limity. Napríklad v experimentálnych výskumoch Linharta (1975) sa ukázalo, že pre správne rozhodnutie stačí, aby sa subjektívna istota, že postup je správny, rovnala hodnote 0,6. Túto hodnotu nazývame zákonom postačujúcej pravdepodobnosti.*

---

* Limit subjektívnej rizikovosti je podmienený tak vekovými (napr. čím je človek starší, tým menej riskuje), ako aj individuálnymi osobitosťami, napr. niektoré výskumy naznačujú, že u mužov môžeme pozorovať väčšiu tendenciu ris-

Môžeme teda konštatovať, že s pojmami neurčitá situácia sa stretávame nielen pri vedeckom poznávaní skutočnosti, ale aj pri ovplyvňovaní človeka touto skutočnosťou. Pre neurčité situácie je typické, že nútia tak vedca, ako aj prostého človeka, aby sa v nich orientoval na základe pravdepodobného výskytu javov. Cieľom takejto orientácie je získať určitú istotu (uistenie). Získané istoty (uistenia) sa však od seba líšia podľa toho, či vznikli pri vedeckom poznávaní skutočnosti, alebo pri ovplyvňovaní touto skutočnosťou. Zatiaľ čo sa osobné uisťovanie v podmienkach vedeckého poznávania začína formulovaním *hypotéz*, osobné uisťovanie v podmienkach medziľudského ovplyvňovania sa začína často tam, kde môžeme hovoriť len o subjektívnych dohadoch alebo *domnienkach*.

Aj keď majú hypotézy a domnienky spoločné to, že vlastne vyjadrujú predpoklad o existencii alebo v neexistencii niekoho alebo niečoho, predsa sa od seba zreteľne líšia tak z hľadiska procesu, ako aj z hľadiska dôsledku (konzekvencie). Pri formulovaní hypotéz sa totiž vychádza z objektívnej pravdepodobnosti výskytu javov a metodologických prostriedkov príslušnej vedy, resp. vied, no pri formulovaní domnienok sa vychádza nielen z objektívnej a subjektívnej, ale neraz iba zo subjektívnej pravdepodobnosti, teda z individuálnych a jedinečných skúseností ovplyvňovaného. Ďalší rozdiel je v tom, že ak sa hypotéza overí, mení sa viac či menej na všeobecný *poznatok* alebo poučku, ak sa však zdôvodní domnienka, mení sa na istotu alebo *presvedčenie*.

Zatiaľ čo poučky vyjadrujú všeobecne platné poznatky, v presvedčení je vyjadrená vždy aj osobná miera istoty o existencii alebo neexistencii nejakého javu. Poznatky môžu existovať aj samy osebe, uistenia alebo presvedčenia sa však vždy viažu na existenciu konkrétneho človeka alebo celých skupín a tried. Podľa Okuna (1978, s. 12) sa môžu poznatky prenášať, no istota „je nedeliteľná", pretože „objektívne pravdivé tvrdenia by sa síce mohli nasledujúcimi generáciami veľmi rozdielne chápať, dočasne ignorovať, ba dokonca zabudnúť, predsa sú a zostanú pravdivé. Naproti tomu istota sa musí od generácie ku generácii znovu získavať, a to aj v tom, čo ľudstvo pokladá za platné poznanie". Tak sa stáva, že človek si môže utvoriť veľmi silné presvedčenie aj o tých javoch, ktoré pokladá veda za problematické, a na druhej strane človek môže pochybovať aj o tom, čo je vedecky už dávno overené a je

---

kovať ako u žien (Břicháček, Malatinová, 1966). Zistilo sa, že *optimisti* veria, že sa im podarí to, čo má pre nich väčšiu úžitkovú hodnotu, teda preceňujú pravdepodobnosť pozitívnych výsledkov. Podľa Homolu (1972) primerané riziko volia jedinci s výraznou potrebou sebauplatnenia, pričom osoby s malou potrebou sebauplatnenia dávajú prednosť bezpečnejším riešeniam. Podľa niektorých názorov, zatiaľ nepotvrdených, súvisí vysoká úroveň rizikovosti aj s tvorivosťou. Ak by sa tento vzťah dokázal, zodpovednosť a tvorivosť by sa mohli z určitého hľadiska javiť ako vzájomne sa vylučujúce vlastnosti. V iných výskumoch (Macková, 1978) sa zasa zistilo, že tendencia riskovať súvisí aj s typom nervovej sústavy. Racionálne založení jedinci vedeli situáciu lepšie „odhadnúť" ako typy umelecké.

vyjadrené v podobe objektívne platnej poučky, pravidla, teorémy alebo zákona.

ZDÔVODNENOSŤ

Prijatie akéhokoľvek presvedčenia musí byť zdôvodnené jeho správnosťou alebo pravdivosťou. Teda človek je presvedčený iba o tom, čo pokladá za správne alebo pravdivé.*

Správnosť a pravdivosť sú jedným zo základných pojmov logiky a teórie poznania, a tak sa nevyhnutne uplatňujú v procese poznávania a tvorby objektívnych poznatkov o skutočnosti. To však vyvoláva vážny problém, ak máme odpovedať na otázku, *v akom prípade má zdôvodňovanie na základe správnosti a pravdivosti za následok poznávanie a poznanie skutočnosti a v akom prípade presvedčovanie a presvedčenie o skutočnosti.*

Správnosť ako jeden z kategoriálnych pojmov logiky sa používa pri charakterizovaní rozumových operácií, napr. klasifikácii, úsudkoch, dôkazoch, definíciach a pod. Podmienky správnosti určitej rozumovej operácie určujú zákony logiky, ktoré sa uplatňujú v jednotlivých vedných disciplínach (napr. v matematike, jazykovede, chémii a pod.) v podobe pravidiel, vzorcov, poučiek, definícií atď. Správnosť rozumových operácií overujeme dokazovaním, pričom dokazovaním rozumieme vyvodzovanie alebo odvodzovanie jedného myšlienkového postupu druhým myšlienkovým postupom (napr. správnosť odčítania môžeme dokázať sčítaním, delenia násobením, umocnenia odmocnením a pod.).

V prípadoch, keď si človek nemôže správnosť svojho logického postupu overiť, nastupuje nielen neistota, ale môžu vzniknúť aj domnienky, príp. presvedčenie o správnosti. Správnosť logických operácií sa však nezakladá na domnienkach alebo presvedčeniach, ale jedine na dôkazoch. Len čo sa existencia poznatku dokáže, domnienka alebo presvedčenie strácajú platnosť, pretože sú zbytočné. Napríklad žiak môže byť po napísaní matematickej úlohy presvedčený, že postupoval správne. Toto jeho presvedčenie však existuje iba dovtedy, kým si správnosť neoverí logikou príslušných dokazovacích postupov. Totiž tam, kde je správnosť overená adekvátnymi logickými dôkazmi, vzniká objektívny poznatok, a ten už nepotrebuje, aby bola jeho správnosť podložená subjektívnymi dohadmi alebo presvedčeniami. Z toho vyplýva, že poznatok o správnosti môže existovať aj sám osebe, no presvedčenie o správnosti musí mať vždy svojho vyznavača.

---

* Podľa Okuna (1978, s. 13) indivíduum je presvedčené o určitom tvrdení, t. j. o výpovedi, množstve výpovedí a systéme výrokov vtedy, keď tieto tvrdenia pokladá za pravdivé. Naproti tomu Kovalev (1967, s. 299) vyzdvihuje pri presvedčovaní zasa pojem správnosť, keď konštatuje, že „presvedčovanie je také pôsobenie na osobnosť, ktoré sa dotýka rozumovej a emocionálnej stránky v jednote a mení nesprávne vzťahy...“ V starších psychologických vymedzeniach sa pojmy pravdivosť a správnosť používajú aj pri definovaní presvedčovania. Napríklad podľa Černockého (1947, s. 335) „mať presvedčenie znamená na základe vlastného úsudku alebo dostatočných dôvodov pokladať niečo za pravdivé a správne“.

Tým sa dostávame aj k odpovedi na prvú časť našej otázky, t. j. kedy zdôvodňovanie na základe pojmu správnosť smeruje k poznávaniu skutočnosti a kedy smeruje k presvedčeniu o skutočnosti. *Pri zdôvodňovaní nejakej myšlienky z hľadiska jej správnosti sa človek môže uchyľovať k presvedčovaniu vtedy, keď si jej platnosť nevie úplne dokázať vnútornou logikou samej myšlienky.* Ak si teda človek správnosť nejakých myšlienkových operácií nevie zdôvodniť logikou príslušných dokazovacích postupov (vzorce, pravidlá, zákony), neraz si pomáha aj tak, že si o správnosti svojich myšlienkových postupov utvára iba domnienky, ale i presvedčenia. Na tomto konštatovaní nemení nič ani skutočnosť, že pri zdôvodňovaní nejakej myšlienky z hľadiska jej správnosti sa pojem presvedčovanie uplatňuje aj tam, kde oň vôbec nejde (napr. v niektorých učebniciach matematiky sa neraz stretneme s pokynmi „presvedčte sa“ alebo „presvedčme sa“, aj keď tu nejde o utváranie subjektívneho vzťahu k správnosti alebo o proces utvárania vedomostí o správnosti).

Druhou časťou našej otázky je, kedy môže zdôvodňovanie nejakej myšlienky *pravdivosťou* vyúsťovať do poznania skutočnosti a kedy do presvedčenia o skutočnosti. Ako vieme, pojem pravda je takisto jedným z kategoriálnych pojmov teórie poznania. Pravdou sa rozumie verný odraz skutočnosti v myslení človeka, teda ako pravdivé sa charakterizujú iba myšlienky, nie veci alebo prostriedky ich jazykového vyjadrenia. Kritériom pravdivosti je prax, preto pravdu definujeme ako zhodu našich myšlienok s objektívnou skutočnosťou.

Pojem pravdivosť má veľa spoločného s pojmom správnosť, pretože obidva pojmy charakterizujú vzťah myslenia k objektívnemu svetu. Nie náhodou sú obidva pojmy v procese poznania úzko späté (R o z e n t a ľ, 1977, s. 402). Na druhej strane si však nemožno obidva pojmy zamieňať. Zatiaľ čo kritérium správnosti myšlienky spočíva v logických zákonoch myslenia, kritérium pravdivosti myšlienky je mimo nej. Tieto rozdielne kritériá zapríčiňujú, že nie všetko, čo pri zdôvodňovaní našich myšlienok pokladáme, resp. označíme za správne, je aj pravdivé a naopak. Napríklad logická kompozícia nejakého úsudku môže byť formálne správna, aj keď sú všetky myšlienky, z ktorých sa úsudok skladá, nepravdivé. Môžeme povedať, že logická správnosť myšlienkových operácií je nevyhnutnou, ale zároveň nedostatočnou podmienkou pravdivosti úsudku.

Z faktu, že pravda znamená zhodu našich myšlienok s objektívnou danosťou, vyplýva, že všade tam, kde človek nemá možnosť overiť si pravdivosť nejakých tvrdení, môže vzniknúť nielen neistota, ale aj domnienka alebo presvedčenie o pravdivosti. Pravdivosť myšlienky však nevychádza ani z domnienky, ani z presvedčení, ale iba z jej porovnávania (konfrontácie) s objektívnou skutočnosťou. Tam, kde sa konfrontácia uskutoční, končí sa neistota a zbytočným sa stáva aj presvedčenie o pravde, pretože dochádza k poznaniu pravdy. Napríklad ak vedúci dostáva zo

vzdialeného pracoviska hlásenie o postupe prác, môže byť o ich pravdivosti presvedčený, no môže o nich aj pochybovať. Len čo však začne vykonávať kontrolu, v priebehu ktorej konfrontuje hlásenia so skutočným stavom, jeho pochybnosti alebo presvedčenie o pravde postupne prestávajú existovať, pretože sa nahrádzajú poznaním pravdy.

To nás zároveň privádza k druhej časti odpovede na našu otázku. *Človek si v procese poznávania skutočnosti utvára domnienky alebo aj presvedčenie o pravdivosti či nepravdivosti určitých myšlienok jedine vtedy, keď ich obsah nemôže úplne konfrontovať s praxou.*

Keby sa však v procese presvedčovania zdôvodňovalo pojmami správnosť a pravdivosť iba to, čo si jedinec nemohol overiť logickými dôkazmi alebo priamou konfrontáciou so skutočnosťou, zdôvodňovacie možnosti presvedčovania by sa zúžili na minimálnu mieru. Presvedčovanie by v podstate predstavovalo len subjektivizované empatické, intuitívne alebo predexaktné poznanie skutočnosti. Takto chápané presvedčenie zvádza potom aj k nesprávnemu názoru, že čím viac poznatkov má človek, tým menej má presvedčení a naopak.

V skutočnosti to tak nie je, lebo v presvedčovacom procese sa zdôvodňovaním na základe pojmov správnosť a pravdivosť nestretávame iba pri poznávaní nepoznaného javu (gnozeologický aspekt), ale aj pri jeho *hodnotení* (axiologický aspekt). Napríklad turista sa potrebuje presvedčiť o správnosti a pravdivosti svojho rozhodnutia, ktoré sa týka nielen najkratšej, ale aj najlepšej cesty. Teda presvedčovanie a presvedčenie sa nevzťahujú iba na javy, o ktorých nemáme exaktné poznatky, ale aj na javy už poznané, ak k nim človek pristupuje z hľadiska svojich záujmov alebo preferencií.

Keďže v presvedčení človeka sa neodráža iba poznanie javov, ale predovšetkým ich hodnotenie, druhou otázkou ostáva, *ako sa pojmy správnosť a pravdivosť chápu, keď sa nimi zdôvodňuje nielen proces poznávania, ale aj hodnotenia poznávaných javov*. Pretože hodnotenie toho, čo človek uznáva alebo neuznáva, je problematika, ktorá má tak psychologické a filozofické, ako aj etické aspekty, odpoveď na túto otázku sa odlišuje podľa toho, či vychádza z rozličných voluntaristických a pragmatických koncepcií, alebo z teórie marxistickej filozofie a etiky.

Pre všetky voluntaristické koncepcie je príznačná bezkriteriálnosť pravdy, to znamená, že zdôvodňovanie hodnotnosti nejakého javu pojmami *pravda — nepravda* sa chápe ako výslovne subjektívne stanovisko bez existencie nejakého objektívneho kritéria. Konkrétne pravda je to, o čom je subjekt presvedčený, že je pravdou, čiže pravda je subjektívna. V niektorých prípadoch je zreteľná tendencia rozlišovať medzi pojmami správne a pravdivé — prvý pojem sa chápe ako objektívne a druhý pojem ako subjektívne hodnotenie niečoho.*

---

* Napríklad umelé odlišovanie správnosti a pravdivosti nachádzame aj u Heverocha (1921, s. 13), ktorý sa u nás ako jeden z prvých pokúsil problém vzťahu pojmov pravda a správnosť riešiť

Je známe, že v protiklade k rozličným subjektivistickým teóriám sa v marxistickej filozofii pojem pravda chápe ako objektívny jav. Objektívnou pravdou sa rozumie obsah ľudských poznatkov, ktorý nezávisí ani od vôle, ani od želania subjektu. Pravda sa nekonštruuje podľa ľudských želaní a podľa ľudskej vôle, ale je určená obsahom objektu, ktorý odráža — a to určuje aj jej objektívnosť. Učenie o objektívnej pravde je namierené proti všetkým subjektívnoidealistickým koncepciám, podľa ktorých pravdu konštruuje človek, resp. pravda je výsledkom dohody medzi ľuďmi.

Pragmatizmus na rozdiel od voluntarizmu chápe pravdu z hľadiska užitočnosti, to znamená, že pri zdôvodňovaní hodnotnosti nejakého javu sa pojmom pravda označuje to, čo prináša úspech v živote. Ako pravdivé sa hodnotí teda to, „čo lepšie pracuje“, „čo najlepšie vyhovuje životu“ a pod. Pod praktickou užitočnosťou však pragmatizmus nechápe potvrdenie objektívnej pravdy kritériom praxe, ale to, čo uspokojuje subjektívne záujmy indivídua.

Princíp pragmatizmu sa neuplatňuje iba pri hodnotení pojmu pravda, ale aj pri hodnotení pojmov *správnosť — nesprávnosť*. Podľa M o o r a je „konanie správne iba vtedy, keď by nijaká iná činnosť, ktorú by konajúca osoba mohla namiesto nej vykonať, nemohla mať lepšie vnútorné výsledky a naopak, konanie je nesprávne iba vtedy, keby konajúca osoba mohla namiesto nej uskutočniť niektorú inú činnosť, ktorej celkový výsledok by bol vnútorne lepší. Správne je prostriedok na dosiahnutie dobrého výsledku a v tom zmysle je tento pojem zhodný s pojmom užitočné“ (Š v a r c m a n, 1964, s. 95).

Z toho čo sme uviedli, vyplýva, akoby správne a nesprávne bolo špecifickou morálnou charakteristikou konania a činov, ktorá nezávisí od dobra, t. j. charakteristikou, ktorá môže schvaľovať konanie aj v tom prípade, keď je v protiklade s morálnym dobrom, ktoré má mravnú hodnotu činu. S kritickým stanoviskom k takýmto pragmatickým koncepciám sa stretávame u A k m a m b e t o v a (1973), podľa ktorého „pri hodnotení treba mať vždy na mysli, že termíny správne a nesprávne sa celkom nestotožňujú s termínmi morálne a nemorálne. Správne môže byť konanie inžiniera, futbalistu, hudobníka atď., to však ešte neznamená, že ich činy hodnotíme z morálneho hľadiska. Nie preto, že by nemali mravnú hodnotu, ale preto, že z tohto hľadiska nespadajú do nijakej sféry mravnosti bez ohľadu na to, akými

---

z psychologického hľadiska. Podľa neho je „z psychologického hľadiska veľký rozdiel medzi správnosťou a pravdou. Správny je úsudok, názor, veta, ktorých obsah sa zhoduje so skutočnosťou a je bez chýb. Čo je správne, je vôbec správne, nevzťahuje sa k indivíduu, subjektu. Za pravdou sa však ozýva subjekt! Myšlienky, poznatky, ktoré hodnotíme objektívne bez vzťahu k svojej osobe, sú správne alebo chybné. Ich správnosť uznávam a tvrdím ja a musí potvrdiť každý, predpokladajúc, že má na to dostatočné vedomosti. Také sú vety matematické, fyzikálne, fakty historické, prírodovedecké atď. Naproti tomu pravda je to, čo za pravdu uznávame — ja, ty, on, každý jednotlivec z nás. Pravda je úsudok jednotlivého subjektu, je subjektívna“.

kategóriami (dobré alebo správne) sa usilujeme ohodnotiť ich kvalitu".

„Marxisticko-leninská etika nepopiera, že mravný čin musí byť správny. No tam, kde je správne morálnou charakteristikou alebo hodnotením činu, musí vždy zodpovedať dobrému, ktoré má morálnu hodnotu. Tam, kde sa odlišuje od dobra, nemá morálnu hodnotu a odsudzuje sa mravne, pretože *správne* nie je podstatou, ale iba formálne."

„Čo je teda správne iba formálne, čo je odtrhnuté od záujmov ľudu, nemôže slúžiť ako kritérium mravnosti, morálnej hodnoty činu, lebo si protirečí s dobrom. Jedine pri úplnej totožnosti významu pojmov *správneho* a *dobrého* sa tieto definície stanú kritériom mravnosti" (tamtiež, 1973, s. 38—41).

Tak ako sme si už pri poznávaní javov objasnili, že nie všetko, čo je správne, je aj pravdivé, tak teraz pri hodnotení javov zisťujeme, že ani nie všetko, čo je správne, je aj dobré. Keďže dobro je v prvom rade etický pojem, vždy sa pri ňom musíme pýtať: „dobro, ale pre koho, alebo v záujme koho" a zároveň konštatovať, že to isté správne, ktoré je pre niekoho dobrom, môže byť pre druhého zlom.

Na základe toho, čo sme povedali, môžeme formulovať odpoveď aj na druhú otázku. *Pretože v presvedčovacom procese vyjadruje človek pri hodnotení javov svoje záujmy a preferencie, ktorými sa môže často dotýkať záujmov a preferencií druhých ľudí; zdôvodňovacie pojmy „pravda" a „správnosť" nie sú určené iba gnozeologickými kritériami (dôkaz, prax), ale aj etickými kritériami, z ktorých vystupujú do popredia predovšetkým hodnotiace normatívne pojmy mravného vedomia (dobro, zlo).*

2. NADVÄZNOSTI A ODLIŠNOSTI

V procese spoločenského styku sa ľudia vzájomne ovplyvňujú rozličnými metódami. Metódou (z gr. methodos — cesta) rozumieme spôsob alebo postup v konaní ľudí. S problematikou metód sa nestretávame iba pri výchovnom pôsobení. V bežnom živote si ľudia ani neuvedomujú, že sa nejakou metódou vzájomne ovplyvňujú. Často dokonca prevláda nesprávny názor, akoby bolo používanie metód iba záležitosťou odborníkov (učiteľov, vychovávateľov a pod.). Skutočnosť je však iná. Napríklad človek, ktorý nepozná pravidlá syntaxe, používa vo svojej reči podmet alebo prísudok bez ohľadu na to, či si to uvedomuje, alebo nie. Jeho rečový prejav však podlieha hodnoteniu aj z tohto hľadiska — nezávisle od toho, či si to želá, alebo neželá. Ani človek, ktorý na niekoho pôsobí, by nedokázal ovplyvniť, ak by nepoužil raz jednu, inokedy druhú metódu. A teda tak ako poznanie syntaxe uľahčuje a zlepšuje vyjadrovanie myšlienok, aj poznanie ovplyvňovacej metódy (v našom prípade presvedčovania) umožňuje jej efektívnejšie použitie.

Metóda persuázie nie je jedinou metódou medziľudského ovplyvňovania. Ľudia na seba vplývajú (tab. 1.) aj ďalšími metódami: objasňovaním, príkladom, sugesciou

Tab. 1. *Základné znaky niektorých ovplyvňovacích metód*

Názov metódy	Prostriedok ovplyvňovania	Predpoklad ovplyvňovania	Dôsledok ovplyvňovania
ukazovanie (demonštrácia)	pôsobenie materiálnymi podnetmi na zmyslové orgány	percepcia	zrejmosť
objasňovanie (klarifikácia)	pôsobenie poznatkovými faktmi	pochopenie	na vedomosti založený názor
sugescia	pôsobenie sugestívnymi formulami	znížená úroveň vedomia	nekritické prijatie myšlienky
príklad (exemplifikácia)	pôsobenie živými modelmi a vzormi	prítažlivosť	napodobňovanie (imitácia)
cvičenie (exercitácia)	upevňovanie činnosti opakovaním	stimulácia a inhibícia odmenou a trestom	automatizovaná činnosť v podobe zvykov a návykov
presvedčovanie (persuázia)	pôsobenie hodnotiacimi argumentmi	dobrovoľnosť, zúčastnenosť, zainteresovanosť	racionálno-emocionálne uistenie

alebo cvičením. Práve preto mnohí vnášajú do persuázie aj rozličné prvky z iných metód (jav rozširovania), no na druhej strane pri nej neuplatňujú ani to, čo tvorí jej vlastný obsah (jav zužovania). Keďže ovplyvňovacie metódy majú viac spoločných znakov (pretože sú metódami medziľudského ovplyvňovania), ale zároveň sa od seba aj odlišujú (inak by nemali oprávnenie na samostatné jestvovanie), uvedieme, ako persuázia na tieto metódy nadväzuje.

DEMONŠTRÁCIA

Demonštrácia (z lat. demonstro, -are — ukazovať, uvádzať, znázorňovať. demonstrator — ukazovateľ, udavač, donášač) je taká metóda, výsledkom ktorej je vznik psychickej kvality v podobe *zrejmosti*. Je to také ovplyvnenie, pri ktorom si príjemca (recipient) existenciu nejakého javu materiálneho sveta overuje bezprostredným vnímaním zmyslovými orgánmi, čiže percepciou. Demonštrácia sa nevzťahuje len na určité osobitosti neživých a živých javov, ale aj na procesy, a preto sa sem zaraďuje aj nonverbálne ovplyvňovanie — mimika, gestikulácia a pod.

Na rozdiel od persuázie, ktorá patrí medzi verbálne metódy, predpokladom ovplyvňovania metódou demonštrácie je, aby ovplyvňovateľ pôsobil na zmyslové orgány vnímajúceho človeka určitou realitou materiálneho sveta. Uskutočňuje sa to najčastejšie exponovaním materiálnych podnetov (ak chceme nejaký psychický zážitok vyvolať), eliminá-ciou materiálnych podnetov (ak chceme predísť vzniku zážitku, príp. ho tlmiť), alebo substitúciou materiálneho podnetu (ak chceme vzniknutý zážitok preladiť; V a n ě k, 1972, s. 116).

Persuázia sa od demonštrácie odlišuje tým, že jej predpokladom je dobrovoľnosť, zúčastnenosť a zainteresovanosť presvedčovaného. Demonštrácia si však nevyžaduje osobitné nároky na psychickú stránku človeka. V medziľudskom styku vnímame mnohé skutočnosti aj neúmyselne a viaceré z nich nás ovplyvňujú aj bez ohľadu na to, či si to želáme, alebo nie.

Skutočnosť, že zážitok zrejmosti vylučuje u ovplyvňovanej osoby akúkoľvek pochybnosť a na druhej strane zážitok uistenosti môže pochybnosť predpokladať, pretože vzniká na základe jej prekonávania, nás môže zvádzať k domnienke, že metódou demonštrácie možno správanie človeka ovplyvňovať výraznejšie ako metódou persuázie. Napríklad ak pochybujeme, či osoba N skončila vysokú školu s vyznamenaním, viac ako akékoľvek presvedčovanie na nás zapôsobí ukázanie diplomu. No ani metóda demonštrovania nie je všemocná. Nemáme tu na mysli iba fakt, že vnímanie človeka môže byť skreslené (ilúzie), ale predovšetkým to, že nie všetko možno v medziľudskom styku demonštrovať; niektoré reality sú neprístupné, skryté a ťažko overiteľné. Obmedzenie demonštrovania je dané aj tým, že ovplyvňovanie človeka sa netýka iba toho, čo je, ale aj toho, čo má byť, teda nielen prítomnosti, ale aj budúcnosti. A práve tu má metóda persuázie, pretože sa pri nej argumentuje slovom, väčšie

možnosti ako metódy, ktoré argumentujú iba tým, čo možno zachytiť zmyslami.

KLARIFIKÁCIA

Objasňovanie alebo klarifikácia (z lat. claresco, -ere — objasňovať) je taká metóda, výsledkom ktorej je vznik psychickej kvality v podobe vedomosti a na nej utvorenom názore alebo mienke.*

Ak napríklad skupine ľudí objasňujeme rozličné súvislosti medzi nedodržiavaním bezpečnostných predpisov na pracovisku a možnosťou vzniku úrazov, pomáhame im získavať vedomosti a názory, ktoré môžu meniť u niektorých jedincov správanie týkajúce sa ich bezpečnosti. To, že sme použili podmieňujúce slovo „môže“ a diferencujúce slovo „niektorých“, znamená, že vedomosť sama osebe nie je ešte najsilnejším ovplyvňujúcim faktorom. Vedomosti sú teda v mnohých prípadoch nevyhnutnou, ale samy osebe sú často nedostatočnou podmienkou ovplyvňovania človeka človekom. Preto je potrebné všade tam, kde nevystačíme s objasňovaním, uplatňovať aj metódy presvedčovania.

Uplatňovanie presvedčovania však neznamená obchádzanie alebo znevažovanie vedomostí. Aj pri tejto metóde sa musíme opierať o vedomosti, znalosti alebo názory človeka. Veď persuázia je takisto metódou racionálneho pôsobenia. Na rozdiel od klarifikácie však pri presvedčovaní neovplyvňujeme iba samými vedomosťami, ale predovšetkým *uisťovaním človeka o platnosti týchto vedomostí.* Preto hovoríme, že presvedčenie je prežívaním istoty o správnosti a pravdivosti toho, čo sa tvrdí.

Predmetom ovplyvňovania klarifikáciou sú spravidla javy, o existencii alebo neexistencii ktorých si človek môže utvoriť presné a úplné vedomosti a názory už na základe všeobecne platných zákonov a pravidiel. Naproti tomu predmetom ovplyvňovania presvedčovaním sú často javy, o existencii ktorých sa človek musí často iba uisťovať, pretože sú subjektívne alebo objektívne neprístupné úplnému poznaniu. (Máme tu na mysli napr. javy, ktoré sa pohybujú v medziach pravdepodobnosti alebo neurčitosti.) Napríklad to, či osoba X bude dobrým manželským partnerom, alebo či sa osoba Y dožije vysokého veku, sú otázky, na ktoré nemôžeme odpovedať iba na základe logickej analýzy faktov (klarifikáciou), ale treba tu uplatniť aj metódu persuázie.

Klarifikácia sa líši od persuázie aj podmienkami, v ktorých sa uplatňuje. Predpokladom efektívneho ovplyvňovania objasňovaním je predovšetkým *pochopenie* faktov a logických vzťahov medzi nimi; pred-

---

* Z pedagogického hľadiska treba rozlišovať medzi objasňovaním ako výchovnou metódou a vysvetľovaním ako vzdelávacou (didaktickou) metódou. Získanie vedomosti je priamym a bezprostredným cieľom vzdelávania; vo výchovnom procese je však vedomosť iba prostriedkom, pretože slúži na formovanie vzťahu človeka k niekomu alebo k niečomu. Z toho vyplýva, že zatiaľ čo vysvetľovaním ako metódou vzdelávania môžeme človeka často iba informovať, objasňovaním ako výchovnou metódou sa predovšetkým usilujeme u človeka ovplyvniť jeho budúcu voľbu, výber alebo preferenciu.

pokladom presvedčovania je *hodnotenie faktov*. Pochopenie prestavuje kognitívny proces, ktorý kladie nároky na logiku a vôbec na intelekt ovplyvňovaného — týka sa predovšetkým správnosti jeho myslenia. Naproti tomu osobitosťou hodnotenia je, že je to valorizačný proces, v ktorom sa prejavuje aj osobná zainteresovanosť presvedčovaného, a preto sa týka skôr pravdivosti, čiže zhody poznatkov so skutočnosťou.

Aj z hľadiska spôsobu ovplyvňovania sú medzi obidvoma metódami výrazné rozdiely. Zatiaľ čo východiskom ovplyvňovania pri metóde objasňovania je *poznatkový argument*, pri metóde presvedčovania je to *argument hodnotiaci*. Poznatkový argument môže existovať aj nezávisle od toho, na koho má pôsobiť, persuázny argument je však argumentom, na tvorbe ktorého sa zúčastňuje recipient.*

Preto platí, že každý človek je viac alebo menej autorom svojho vlastného presvedčenia.

Spomínané rozdiely medzi obidvoma metódami sú zrejmé aj v dôsledkoch ovplyvňovania. Napríklad ak na nás niekto pôsobí iba metódou objasňovania a neskôr sa ukáže, že jeho postupy neboli správne, zvyčajne usudzujeme, že sa *mýlil*, príp. že problematike *nerozumie*. Naproti tomu ak pri presvedčovaní zistíme, že nie je pravda to, čo presvedčovateľ tvrdil, máme skôr dojem, že sme boli *oklamaní* alebo *podvedení*. Je to preto, že nesprávnosť poznatkových argumentov poukazuje skôr na nedostatky v intelektuálnej sfére človeka ako na nedostatky v sfére mravnej. Preto podlieha nepravdivosť persuáznych argumentov viac morálnemu ako intelektuálnemu hodnoteniu, keďže pri presvedčovaní sa oveľa viac presadzuje osobný záujem toho, kto ovplyvňuje.

SUGESCIA

Sugescia alebo „vnukovanie" (z lat. subgero, -are — podkladám, dodávam) je taká metóda, výsledkom ktorej je nekritické prijatie nejakej myšlienky. Podľa Allporta je to rozumom neovplyvnený súhlas (Hyhlík, Nakonečný, 1973). Aj Parygin (1968, s. 129) konštatuje, že „sugescia je založená na nekritickom prijímaní a predpokladá neschopnosť človeka podliehajúceho sugescii vedome kontrolovať prúd prichádzajúcich informácií".

V ostatných rokoch sa problematikou sugescie zaoberal veľmi podrobne a výslovne na experimentálnej báze Kulikov (1974, s. 26), u ktorého nachádzame aj najúplnejšie vymedzenie tohto javu. Podľa Kulikova „sugesciu možno chápať v najvšeobecnejšom zmysle slova ako psychologické pôsobenie, ktoré sa uskutočňuje pomocou rečových i nerečových prostriedkov a vyznačuje sa zníženou argumentáciou. Sugestor v súlade so svojimi cieľmi a zámermi využíva určité prístupy sugescie a zavádza do psy-

---

* Na túto skutočnosť upozorňuje aj sovietsky autor Lerner (1976, s. 12), keď konštatuje, že „pri riešení poznávacích úloh svetonázorové vedomosti vystupujú ako prostriedok i ako produkt. To dodáva týmto vedomostiam charakter presvedčení . . ."

chiky ovplyvňovaného niektoré postoje s cieľom zmeniť jeho psychickú činnosť. Sugescent podlieha sugescii pri zníženom stupni vedomej kontroly a kritickosti. Prijatá sugescia sa stáva vnútorným zameraním, ktoré usmerňuje, reguluje a stimuluje jeho psychickú aj fyzickú aktivitu, ktorá sa uskutočňuje pri určitom stupni automatizmu".

Aj keď sa to zdá nepravdepodobné, predsa sa niekedy ťažko určuje hranica medzi správaním, ktoré je výsledkom sugestívneho ovplyvnenia a správaním vyvolaným persuáznym pôsobením. Nie náhodou označuje K o v a l e v (1967, s. 308) sugesciu ako určitý „... moment alebo stránku presvedčovania". Súvislosť sugescie s persuáziou demonštrujú tieto skutočnosti:

— Aj keď vsugerovanie predpokladá nekritické prijímanie myšlienok pri určitom znížení vedomej kontroly, predsa nemožno povedať, že by sa tento proces absolútne vymykal kognitívno-racionálnej kontrole. Potvrdzuje to napr. aj fakt, že zvyčajne sa nedarí (alebo len veľmi ťažko) vsugerovať úplne absurdné myšlienky (výnimkou je sugescia v hypnóze). Je to preto, že vsugerovávané myšlienky nepôsobia na jedinca izolovane, ale súvisia s celým systémom jeho vlastných vedomostí, racionálnych názorov, postojov a presvedčení. Preto sa musí sugescia chápať len ako určitá miera neuvedomeného alebo nekritického prijatia myšlienky.

— Aj keď sa pri sugescii nepoužívajú argumenty ako pri persuázii, predsa nie sú ani sugestívne formuly vždy zbavené dôkazov. Napríklad formuly „skutočne ..." alebo „verím ..." sú zároveň aj argumentmi svojho druhu. Prípady odvolávania sa na autoritu (vlastnú alebo iných), napr. „ja som presvdčený že ...", „tvoji rodičia ti veria, že ...", „celý kolektív má istotu, že ..." atď., sú takisto určitým racionálnym dôkazom sui generis. U K u l i k o v a (1978, s. 13) sa stretávame dokonca s príkladmi sugestívneho pôsobenia rozvinutou argumentáciou. Napríklad na poslucháčov pedagogickej školy pôsobil takto: „Teraz počujete anglické slová ... dobre si ich zapamätajte a vybavte ... máte dobrú pamäť a jazykové schopnosti ... chápete význam poznania cudzieho jazyka ... snažte sa ovládať ...". To samozrejme neznamená, že persuáziu nemožno oddeliť od sugescie, resp. že nemožno určiť, kedy sa pôsobí jednou a kedy druhou metódou. Spoľahlivým diferenciačným ukazovateľom je *spôsob psychického ovplyvňovania, ako aj spôsob, akým sa u jedinca odráža toto pôsobenie.* Sugescia nepredpokladá na rozdiel od presvedčovania zámerné aktivizovanie rozumovej zložky jedinca, nepôsobí poznatkovým ani hodnotiacim zdôvodňovaním, ale jedine sugestívnymi formulami, pri ktorých nie je dôležité, aby ich jedinec aktívne prijímal. Ak sa použijú argumenty, tak iba autoritatívne a staticky, to znamená, že na rozdiel od persuázie sa nestávajú predmetom poznávacích a hodnotiacich rozborov sugescenta, napr. z hľadiska ich pravdivosti alebo mravnej hodnoty.

Výrazným diferenciačným hľadiskom je aj princíp *zúčastnenosti.* Predpokladom presvedčovania je aktívne, vzájomné myšlienkové pô-

sobenie toho, kto presviedča a toho, kto je presvedčovaný. Naproti tomu predpokladom sugescie je myšlienková pasivita ovplyvňovaného, ktorá vyplýva z oslabeného uvedomovania si toho, čo prijíma. Podľa K u l i k o v a (1978, s. 15—20) proces prijatia sugescie sugescentom charakterizuje znížená úroveň vedomia, a znížená kritickosť. Zmenená úroveň vedomia má rozličnú podobu. „Niekedy si recipient neuvedomuje pôsobenie sugescie, inokedy len veľmi málo a dakedy až v priebehu absolvovania činnosti alebo po vykonaní činnosti“ (R y ž k i n, 1979, s. 51).

EXEMPLIFIKÁCIA

Exemplifikácia (ovplyvňovanie prostredníctvom príkladov) je taká metóda, výsledkom ktorej je napodobňovanie (imitácia) správania a konania druhých ľudí, príp. identifikácia s nimi.

Pri napodobňovaní človek preberá úkony a činy od iných ľudí a robí ich tak, ako oni. Možno to povedať aj tak, že vnímaný úkon druhého človeka je podnetom ku konaniu, ktoré je rovnaké alebo aspoň podobné podnetu. Jeho význam je v tom, že umožňuje človeku osvojiť si množstvo praktických úkonov, „robiť tak ako všetci“ a „byť takým, ako sú všetci“, a tak sa vyrovnať ostatným, pretože v spoločnosti sa oveľa častejšie stretáva s úspechom ten, kto robí tak, ako robia ostatní. Zásluhou napodobňovania sa zabezpečuje aj jednotné konanie celej spoločenskej skupiny — jej spôsoby, zvyky, obyčaje, ktoré sú pre danú spoločenskú skupinu charakteristické (J u r o v s k ý, 1963, s. 100—106). Napodobňovanie však nemožno obmedziť iba na úkony, pretože, ako uvádza H e l u s (1973, s. 114), napodobňovanie sa týka tak správania, ako aj prežívania, postojov a stavov. V priebehu ontogenézy napodobňovanie mení svoj charakter: zatiaľ čo spočiatku je prevažne iba kopírovaním vonkajšieho sveta, neskôr sa stáva asimiláciou vnútorného sveta (postojov, názorov, presvedčení a pod.) druhej osoby.

Psychický mechanizmus napodobňovania sa v modernej psychológii vysvetľuje prevažne na základe princípov sociálneho učenia. Podľa niektorých autorov (M i l l e r a D o l a r d) sa napodobňovanie zakladá na nedostatku podnetových kľúčov, ktoré dieťa získava v priebehu rozširovania svojej sociálnej skúsenosti. Dieťa sa obracia k určitému vzoru, napr. k staršiemu súrodencovi alebo rodičovi a napodobňuje ich činnosť. Podľa iných autorov (B a n d u r a a W a l t e r s) nie je ani potrebné, aby sa napodobňovanie posilňovalo, stačí, keď osoba, ktorá napodobňuje, vidí, že je spevňovaný vzor, ktorý napodobňuje (N a k o n e č n ý, 1970, s. 142).

Medzi ovplyvňovaním persuáziou a exemplifikáciou je výrazný rozdiel. V prvom rade treba povedať, že persuázia je metódou psychického, konkrétne racionálno-emociálneho pôsobenia a exemplifikácia je metódou prevažne vegetatívneho pôsobenia (V a n ě k, 1972, s. 141). Úlohou persuázie je utvoriť presvedčenie, a to, či sa bude presvedčenie manifestovať aj navonok príslušnou činnosťou, je otázka sekundárna. O napodobňovaní správania hovoríme vtedy, keď ho môžeme

pozorovať pri činnosti jedinca, a to, čo si pritom myslí, je druhotnou otázkou.

Predpokladom presvedčovania i napodobňovania je pozitívny vzťah človeka k ovplyvňovateľovi. Pri presvedčovaní musí mať presvedčovaný pozitívny vzťah k presvedčovateľovi, keďže persuázne ovplyvňovanie sa zakladá na princípe *dobrovoľnosti*. Pri napodobňovaní je zas dôležité, aby bol nejaký vzor alebo živý model pre jedinca osobne príťažlivý, pretože napodobňovanie je výberovým procesom. Rozdiel medzi obidvoma metódami je však v riadení dobrovoľnosti a výberovosti ovplyvňovania. Zatiaľ čo možnosti presvedčovania úplne závisia od recipienta, pretože násilím nemožno presvedčiť, nedá sa to isté povedať o napodobňovaní. Podľa H e l u s a (1973, s. 114) „napodobňovanie môže byť zo strany napodobňujúceho buď zámerné, plne uvedomelé vo svojom priebehu a vo svojich výsledkoch aj vedome kontrolované, alebo nezámerné, neuvedomelé a mimovoľné. Môže vzniknúť dokonca situácia, keď veľmi atraktívny vzor vyvolá v osobnosti tendenciu napodobňovať ho aj proti pôvodnej vôli. Teda napodobňovanie sa môže presadzovať aj cez konflikt".

Pri porovnávaní obidvoch metód z hľadiska ich pôsobenia treba povedať, že presvedčovanie ako verbálna metóda pôsobí slovom a exemplifikácia ako názorná metóda využíva živý model. To so sebou prináša pre obidve metódy určité výhody aj nevýhody. Je známe, že slovo nie je vždy také účinné ako živý príklad (verba movent — exempla trahunt — slová hýbu — príklady priťahujú). Nevýhodou príkladu však je, že ovplyvňuje človeka iba tým, čo už existuje. Preto označujeme exemplifikáciu aj ako reproduktívnu metódu vplyvu. Keby však každý jedinec v priebehu svojho ontogenetického vývinu opakoval iba to, čo okolo seba vidí, ľudská spoločnosť by sa prestala vyvíjať. Na druhej strane prednosťou verbálnych metód a teda aj presvedčovania je, že môžu anticipovať skutočnosť a ovplyvňovať aj to, čo zatiaľ ešte vôbec neexistuje. Napríklad tréner (pretože pôsobí slovom — presvedčovaním) môže doviesť svojho zverenca k takým výkonom, ktorých by on sám nebol ani zďaleka schopný.

EXERCITÁCIA

Cvičenie alebo exercitácia (z lat. exercitatio, -onis, f.) je taká metóda ovplyvňovania, výsledkom ktorej je vznik fyzicko-psychickej kvality v podobe zautomatizovanej činnosti.

Základom automatizovaných činností sú známe psychické mechanizmy podmienených reflexov a dynamických stereotypov. Zautomatizovanú činnosť možno dosiahnuť mnohonásobným opakovaním nejakého správania. Zvýšenou frekvenciou sa určité formy správania charakterizované začiatočnou nekoordinovanosťou, zbytočnými pohybmi a nadbytočným výdajom energie postupne „ekonomizujú". V niektorých prípadoch automatizácia zapríčiňuje, že človek je schopný vykonávať určité činnosti aj pri zníženej úrovni vedomia (návyky a zvyky). Znížená úroveň vedomia alebo nevedomá re-

gulácia správania nie je však nevyhnutnou podmienkou každej automatizovanej činnosti. Napríklad pri zručnostiach a spôsobilostiach (prvý pojem sa viaže skôr na manuálnu, druhý pojem zasa na intelektuálnu činnosť) sa automatizácia prejavuje iba pohotovosťou (pripravenosťou) správne, rýchle a s minimálnou námahou vykonávať nejakú činnosť, pričom nie je vylúčená vedomá regulácia príslušných reakcií. Keďže pre zručnosť a najmä spôsobilosť je príznačná myšlienková aktivita a sústredená pozornosť na danú činnosť, hovoríme, že spôsobilosť je vlastne úspešnou aplikáciou vedomostí v praxi.

Exercitáciou možno ovplyvniť predovšetkým výkonovú zložku správania človeka (somatický a intelektuálny prejav). Preto sa až dosiaľ uplatňuje spravidla pri formovaní telesných činností alebo poznávacích funkcií jedinca (pamäť, myslenie, pozornosť atď.). Zabúda sa však, že cvičiť možno aj charakterové zložky osobnosti, predovšetkým vôľu, temperament, povahové vlastnosti a pod. Z týchto dôvodov má cvičenie veľký význam aj pri formovaní sociálneho správania človeka, najmä jeho kultúrno-spoločenských a mravných spôsobilostí, návykov a zvykov. Sovietsky pedagóg Makarenko už v tridsiatych rokoch neustále zdôrazňoval, že pre utváranie praktických spôsobov správania treba organizovať tzv. *gymnastiku správania,* čím rozumel nácvik správnych spôsobov konania.

Medzi ovplyvňovaním exercitáciou a persuáziou existuje aj napriek niekoľkým spoločným znakom viacero odlišností. Napríklad utváranie racionálno-emocionálnej uistenosti predstavuje vysoko uvedomenú a niekedy i uvedomelú činnosť (svetonázor), no automatizovaná činnosť v oblasti sociálneho správania sa môže zaobísť aj bez úplne vedomej regulácie. Z toho zároveň vyplýva, že zatiaľ čo uplatnenie metódy presvedčovania predpokladá u jedinca určitý psychický vývin (rozumovú i citovú zrelosť), metóda cvičenia sa môže začať uplatňovať aj u najmenších detí, ba dokonca u psychicky retardovaných jedincov.

Persuázia a exercitácia sa zhodujú v tom, že výsledky ich uplatňovania, t. j. vznik uistenosti a zautomatizovanej činnosti sú funkciou času. Teda nezjavujú sa naraz, ale formujú sa postupne — procesuálne. Spôsob formovania týchto dvoch kvalít je však odlišný. Pre metódu presvedčovania je charakteristické argumentačné zdôvodňovanie, pre metódu cvičenia zasa opakovanie. Výsledok, teda zautomatizovaná činnosť je lepší, ak opakovanie prebieha v nezmenených podmienkach. To však neplatí o presvedčovaní. Ak má byť presvedčovanie úspešné, nemôžu sa pri ňom opakovať iba tie isté myšlienky, teda nemá byť procesom nahovárania. Nahováranie je príznačné skôr pre sugesciu. Spravidla iba tam, kde sa novým spôsobom uvádzajú nové fakty, možno predpokladať úspešnosť presvedčovacieho procesu.

Pre spôsobilosti a návyky ako špecifiká zautomatizovanej činnosti je príznačné, že sú celistvejším psychickým útvarom ako psychické kvality v podobe presvedčenia. Formovanie presvedčenia je iba pred-

pokladovou stránkou ovplyvnenia konania subjektu, výcvik automatizovaných činností však predstavuje jeho praktickú stránku. Ak teda stojíme pred praktickou úlohou vypracovať konkrétne formy spoločenského správania, napr. v oblasti disciplíny neváhame uprednostňovať metódu cvičenia pred metódou presvedčovania. Už Makarenko (1957—58, s. 135), kritizujúc tendencie tzv. voľnej výchovy, podľa ktorej disciplínu určuje iba vývin vedomia, písal: „. . . presvedčiť človeka o tom, že musí dodržiavať disciplínu a dúfať, že pomocou takéhoto presvedčenia môže dosiahnuť disciplínu, znamená riskovať 50—60 % úspechu".

Ak pristupujeme k obidvom metódam z hľadiska výsledkov, zisťujeme, že metódou persuázie ovplyvňujeme priamo alebo bezprostredne predovšetkým to, čo človek vnútorne prežíva, kým do jeho vonkajšieho správania (konania) zasahujeme nepriamo — prostredníctvom toho, čo prežíva. Naproti tomu metódou exercitácie ovplyvňujeme priamo predovšetkým vnútornú stránku správania (činnosť) a nepriamo, čiže sprostredkovane to, čo pri tejto činnosti vnútorne prežíva. V súvislosti s týmto treba povedať, že persuázne ovplyvnenie vnútorného prežívania sa nemusí prejaviť na vonkajšom správaní, hoci na druhej strane automatizovaná činnosť ovplyvňuje nielen to, ako človek koná, ale aj to, ako myslí, teda jeho správanie i prežívanie. Problémom však je, že konanie nezodpovedá vždy tomu, čo človek prežíva. (Fakt, že obsah zautomatizovanej činnosti, teda to, čo človek robí, nie je v súlade s tým, čo si o tom myslí, je už otázkou stimulácie, čiže podmienok, za ktorých cvičenie prebieha a súvisí s problémom možnosti a obmedzenia tejto metódy.)

Pomerne veľké rozdiely medzi obidvoma metódami existujú aj z hľadiska podmienok, v ktorých sa uplatňujú. Je známe, že základnými podmienkami toho, aby sme mohli niekoho presvedčovať, je dobrovoľnosť, zúčastnenosť a zainteresovanosť recipienta. Takéto podmienky sú mimoriadne cenné aj pri uplatňovaní metódy cvičenia, no nacvičiť nejaké zautomatizované sociálne správanie možno aj vtedy, keď jedinec nemá záujem, alebo sa mu nechce. Je to preto, že podmienkou uplatňovania metódy cvičenia sú aj stimulácie v podobe „neposilňovania", nátlaku, donucovania a trestu. Výsledkom cvičenia môže byť aj pretvárka, t. j. taký výsledok, kde sa výkon na základe automatizovanej činnosti síce dosiahne, ale človek s ním vnútorne nesúhlasí. Takáto pretvárka nie je možná pri metóde persuázie. Ak už má človek nejaké presvedčenie a koná podľa neho, neexistuje rozpor medzi tým, čo robí a čo prežíva. To, či sa bude subjekt k svojmu presvedčeniu vždy verejne hlásiť, príp. bude podľa neho vždy aj konať, je už problémom, ktorý súvisí s otázkou možnosti a obmedzenia metódy presvedčovania.

*

Ukázali sme si, ako nadväzuje metóda presvedčovania na ostatné metódy medziľudského ovplyvňova-

Rámik č. 1 *Ako sa ľudia najčastejšie ovplyvňujú*

Súbor 205 osôb tvorili poslucháči denného a diaľkového štúdia vo veku 22—36 rokov. Zúčastnené osoby mali odpovedať na otázku, ktoré metódy a spôsoby najčastejšie uplatňujú pri ovplyvňovaní druhých ľudí.

Zistilo sa, že najmenej sa používa metóda sugescie (1,8 %). Viac sa už používa emocionálne pôsobenie, súvisiace s „citovou nákazou" (16,6 %). 21,4 % údajov potvrdzovalo, že niekde uprostred medzi používanými metódami je presvedčovanie. Častejšie ako presvedčovaním sa však usilujú ľudia ovplyvňovať pomocou osobného príkladu (25,1 %) a metódou objasňovania (35,1 %). Diferenciácia respondentov z hľadiska veku nepriniesla nijaké zmeny v poradí používaných metód ($r_s = 1{,}00$; $P < 0{,}01$).

Aj keď ide o pomerne subjektívne údaje podmienené osobným dojmom (môže byť skreslený napr. aj neobjektívnym obrazom o sebe), predsa výsledky aj v tejto podobe naznačujú, že presvedčovanie má dôležité miesto vo vedomí človeka.

nia, ale zároveň aj to, čím sa od nich odlišuje. Zistili sme, že ľudia sa môžu ovplyvňovať viacerými metódami, ktoré sa rozličným spôsobom prelínajú (pozri rámik č. 1). Izolovanie presvedčovania od ostatných metód je však vždy neprirodzeným a umelým zásahom do medziľudskej interakcie. Takéto vytrhovanie a izolovanie je možné iba z didaktických dôvodov, t. j. vtedy, keď treba objasniť podstatu alebo účinnosť iba jednej metódy.

Hoci metódy ovplyvňovania pôsobia vždy v určitej súčinnosti a každé ovplyvnenie je zvyčajne výsledkom viacerých metód, predsa sa každá metóda prejavuje utvorením špecifickej psychickej kvality. Možno to povedať aj tak, že aj keď môžu všetky metódy v určitom čase a u určitej osoby slúžiť jedinému cieľu, predsa sa každá metóda na vzniknutom ovplyvnení zúčastňuje svojím spôsobom.

Voľba a uplatňovanie metód ovplyvňovania sú podmienené situáciou i charakteristikou samej metódy. Nesprávna tendencia uplatňovať v medziľudskom ovplyvňovaní iba jednu metódu, znamená asi toľko, akoby montér pri vykonávaní svojej profesie používal iba jediný nástroj. Konkrétne podmienky jednotlivých situácií si vyžadujú uplatňovať vždy inú metódu. To však neznamená, že všetky metódy majú rovnakú mieru aplikovateľnosti. Medzi nimi možno vymedziť metódy špecifické, všeobecné i univerzálne. Doterajšie výskumy potvrdili, že persuázia patrí medzi metódy so širšou, univerzálnou mierou uplatnenia.

3. DELENIE A KLASIFIKÁCIA

Ak persuáziu chápeme z procesuálneho hľadiska, t. j. ako *presvedčovanie,* potom môžeme túto metódu deliť na niekoľko skupín, a to podľa toho, aký základ delenia (principium divisionis) uplatníme: ak ku presvedčovaniu pristupujeme z hľadiska aktivity zúčastnených osôb, delíme presvedčovanie na *jednosmerné* alebo monologické, t. j. také, pri ktorom sa navonok aktívne prejavuje iba presvedčovateľ, a *dvojsmerné* alebo dialógické, t. j. také, pri ktorom sa navonok prejavuje nielen presvedčovateľ, ale aj presvedčovaný (obr. 2). Už zásada zúčastnenosti naznačuje, že presvedčovanie je také ovplyvňovanie, pri ktorom je aktívny nielen presvedčovateľ, ale aj presvedčovaný. Teda protiargumenty presvedčovaného nemožno chápať iba ako obranu, ale aj ako úsilie o prestavbu pôvodných názorov, postojov alebo presvedčení presvedčovateľa. V určitých momentoch môže teda recipient plniť aj funkciu presvedčovateľa (persuádera) a persuáder zasa funkciu recipienta. Jedine tak si možno vysvetliť skutočnosť, na ktorú nás upozorňuje aj každodenná prax, že z potenciálneho persuádera sa neraz stáva presvedčovaný a z potenciálneho recipienta presvedčovateľ. To znamená, že presvedčovanie nie je unipolárny, ale *bipolárny* proces.

Podľa toho, či sa presvedčovanie uskutočňuje medzi dvoma alebo viacerými ľuďmi, možno ho deliť na *dyadické* (presvedčovanie medzi dvoma ľuďmi) a *skupinové* (presvedčovanie medzi viacerými ľuďmi). Pri skupinovom presvedčovaní môže pôsobiť jeden človek na ostatných (príkladom je rétorické presvedčovanie), alebo úlohu presvedčovateľa môže zastávať celá skupina, pričom niektorí z jej členov sú v úlohe presvedčovaných (napr. rodina alebo pracovný kolektív, kde sa všetci členovia usilujú presvedčiť niektorého zo svojich príslušníkov). Existujú aj také prípady, že skupina sa rozdelí na menšie útvary a v rámci nich každý presvedčuje každého (pluralistické formy presvedčovania).

Dyadické a skupinové presvedčovanie môže byť *priame* (vis à vis — zoči voči), alebo *nepriame,* keď sa aspoň jedna časť zúčastnených (persuáder alebo recipient) nevidia alebo nepoznajú, napr. pri presvedčovaní prostredníctvom masovokomunikačných prostriedkov. Priame a nepriame spôsoby presvedčovania sa môžu ďalej kombinovať a v tejto súvislosti hovoríme o *bezprostrednom* presvedčovaní, keď sa pôsobí hovoreným slovom, alebo o *sprostredkovanom* presvedčovaní, keď sa ovplyvňuje prostredníctvom písaného alebo tlačeného slova, príp. aj prostredníctvom rozličných nonverbálnych a extraverbálnych signálov (mimika, gestikulácia, smiech, plač a pod.).

Presvedčovanie však nie je iba interakčný proces, to znamená, že sa neuskutočňuje len pôsobením človeka na človeka, ale uskutočňuje sa aj *sebapresvedčovaním.* O sebapresvedčovaní hovoríme nielen vtedy, keď sa človek usiluje sám seba presvedčiť, ale aj pri ovplyvňovaní druhým, pretože sebapresvedčovanie v zmysle princípu zúčastnenosti je podmienkou úspechu akéhokoľvek



Obr. 2. *Schéma jednosmerného čiže monologického* (A) *a dvojsmerného čiže dialogického* (B) *presvedčovania*

presvedčovacieho pôsobenia druhých ľudí.

Z autorov, ktorí sa pokúsili klasifikovať výsledky persuázneho procesu, sa azda najďalej dostal O k u n (1978, s. 45—54), ktorý rozlišuje tri základné triedy, a to podľa *charakteru presvedčenia,* t. j. podľa toho, o čom je niekto presvedčený, podľa *spôsobu* a *stupňa* utvoreného presvedčenia, t. j. ako a čím je niekto presvedčený a podľa *praktického konania,* t. j. aké možnosti konania z určitého presvedčenia vyplývajú.

Okunova klasifikácia je však nedokonalá v tom, že ten istý druh presvedčenia sa nachádza súčasne vo viacerých triedach delenia. Je to preto, že každé presvedčenie je v podstate komplexným psychickým útvarom, ktorý súvisí s ďalšími psychickými javmi. Práve preto sa zatiaľ nepodarilo nájsť také kritérium, na základe ktorého by sa určité presvedčenie zadeľovalo do jednej triedy javov bez toho, aby zároveň nepatrilo do inej skupiny javov. V našej publikácii nám ako základ delenia budú slúžiť tie hľadiská a aspekty, ktoré sa v súvislosti s presvedčovaním v príslušnej odbornej literatúre najčastejšie zjavujú.

V odbornej literatúre sa presvedčenia veľmi často diferencujú podľa svojho vzniku, pričom najčastejším kritériom delenia je zdroj poznatkov. Ak presvedčenie vzniklo na základe zovšeobecnenia skúsenosti, hovoríme o *empirickom* presvedčení. Takéto presvedčenie má predovšetkým praktický význam, pretože slúži na zdôvodňovanie osobného konania človeka. Ak sa presvedčenie utvorilo na základe vedeckého zdôvodňovania faktov, hovoríme o *teoretickom* presvedčení. Na základe toho, z akej poznatkovej oblasti teoretické presvedčenie čerpá, rozlišuje sa presvedčenie matematické, fyzikálne, filozofické atď.*

Aj keď treba rozlišovať medzi empirickými a teoretickými presvedčeniami, predsa obidva druhy spolu súvisia. S vysvetlením úzkeho vzťahu medzi empirickým a teoretickým presvedčením sa stretávame u A k m a m b e t o v a (1973, s. 109—110), podľa ktorého „sa vnútorné presvedčenie indivídua o nevyhnutnosti a spravodlivosti určitých mravných vzťahov formuje jednak na úrovni bežného mravného vedomia a jednak na úrovni teoretického mravného vedomia".

---

* V staršej literatúre (Č e r n o c k ý, 1947, s. 335) sa empirické presvedčenia uvádzajú ako životné a teoretické presvedčenia ako pojmové.

V bežnom mravnom vedomí sa odrážajú životné skúsenosti ľudí. Indivíduum sa v každodennom živote bezprostredne stretáva s mravnými vzťahmi spoločnosti k reálne existujúcim morálnym normám, zvykom, tradíciám, a tak si utvára bežné morálne presvedčenie, ktoré sa prejavuje vo forme svojrázneho chápania povinnosti, svedomia, cti atď. Toto morálne presvedčenie sa samo osebe vyvíja pod vplyvom sociálnych podmienok. Takéto presvedčenie sa však nevymyká z rámca každodenných mravných javov, ktoré sú určované bežnými životnými podmienkami.*

Hlboké mravné presvedčenie, ktoré spája všetky mravné kvality osobnosti do jedného celku, sa utvára iba na úrovni vedeckoteoretického mravného vedomia. Vývoj vedeckoteoretickej stránky mravného vedomia osobnosti smeruje ku kvalitatívnemu pretvoreniu všetkých bežných mravných predstáv, citov a návykov indivídua. Pri charakterizovaní štruktúry a podstaty mravného vedomia osobnosti v tomto štádiu vývoja L e n i n (1961, s. 187) poznamenal, že „tvorenie abstraktných pojmov a operácie s nimi už v sebe zahrnujú predstavu, presvedčenie a vedomie zákonitosti objektívnej súvislosti sveta".

Ak pristupujeme k presvedčeniam z hľadiska objektívnosti toho, čo sa v nich tvrdí, možno ich rozdeliť na *pravdivé* a *nepravdivé*. V súvislosti s týmto však treba poznamenať, že o pravdivosti presvedčenia nemá význam hovoriť, ak sa k nemu pristupuje iba z pozície recipienta. Totiž ak je niekto o niečom presvedčený, presvedčený je preto, lebo to, čo tvrdí, pokladá za pravdivé. Keby táto subjektívna istota o pravdivosti neexistovala, nemohlo by existovať ani presvedčenie. Toto poznanie doslova zvádzalo niektorých autorov, aby presvedčenie definovali iba pojmom pravda, teda ako subjektívne chápanú pravdu.** Takéto chápanie je jednostranné a priveľmi zúžené, pričom sa zabúda, že *nie všetko, čo človek subjektívne prežíva ako evidentnú pravdu, stáva sa hneď aj jeho presvedčením*. Vznik presvedčenia si nevyžaduje iba pravdivé poznanie, ale aj poznanie, ktoré je ovplyvnené hodnotovou orientáciou poznávajúceho. Napríklad nijaký zlodej spravidla nepochybuje o pravdivosti poznatku, že krádež je mravný priestupok; ak však aj napriek tomu kradne, je to aj preto, že tento poznatok nenadväzuje na jeho osobné po-

---

* V súvislosti s týmto K r u t e c k i j (1975, s. 222) zdôrazňuje, že „utváranie skutočného presvedčenia si nemožno predstaviť mimo osvojovania určitej sústavy vedomostí — mravných predstáv a pojmov". Ak takéto teoretické vedomosti chýbajú (poznamenáva autor), vzniká nesprávne chápaný mravný pojem, napr. priateľstva, solidarity a pod. „Ak je napr. žiak presvedčený, že neústupnosť je jasná, zásadová, hrdá húževnatosť, že citlivosť a ohľaduplnosť je vlastnosť slabých a mäkkých ľudí, zatiaľ čo skutočný človek má byť chladný, drsný a príkry, je celkom jasné, že podľa takýchto názorov a presvedčení sa budú žiaci aj správať.

** Napríklad podľa Z a c h o v a l a (1927, s. 3) „presvedčenie je pravda, ku ktorej dospel jednotlivec, použijúc všetky svoje vedomosti a skúsenosti, všetky svoje zmyslové i duševné schopnosti, rozum, cit a vôľu".

treby a záujmy, a tak sa nemohol stať ani jeho presvedčením.

Pretože pravda je pravdou nie v subjektívnom, ale v objektívnom vymedzení, akékoľvek presvedčenie treba posudzovať nielen z hľadiska toho, čo človek subjektívne pokladá za pravdivé (aj keby tomu akokoľvek intenzívne veril), ale aj z hľadiska objektívnych kritérií pravdivosti. Podľa P e š i n o v e j (1978, s. 13) „hĺbka a intenzita vlastného presvedčenia ešte nezaistí pravdivosť ideí a názorov, ktoré človek zastáva. Presvedčenie môže byť za istých okolností nepravdivé a odrážať skutočnosť skreslene. V takomto prípade stráca svoj gnozeologický základ a negatívne ovplyvňuje poznávacie schopnosti človeka (vedie ho k subjektivizmu, neobjektívnosti). Človek prestáva byť objektívny k overeným a vierohodným dôkazom, ktoré sú v rozpore s jeho názormi. V takomto prípade sa presvedčenie môže stať nositeľom rozličných predsudkov (mravných, náboženských, umeleckých, politických a iných) a deformuje primerane i správanie ľudí".

Ak vychádzame z toho, ako jednotlivé presvedčenia na seba nadväzujú a ako sa vzájomne podmieňujú, môžeme ich rozdeliť na *základné* a *odvodené*. O k u n (1978, s. 45—54) pokladá za základné presvedčenia predovšetkým presvedčenia svetonázorové, pričom ich delí na materialistické a idealistické, dialektické a metafyzické, racionálne a iracionálne, náboženské a nenáboženské atď. Zároveň upozorňuje, že uplatnením rozličných kriltérií sa základné presvedčenia dajú deliť ešte ďalej. Napríklad na základe poznatkov, z ktorých vychádzajú, sa môžu deliť na etické alebo historickomaterialistické, podľa filozofickej školy sa môžu deliť na stoické, epikurejské, skeptické alebo marxisticko-leninské a podľa spoločenskej úlohy, ktorú plnia, môžeme hovoriť o reakčnom alebo pokrokovom presvedčení. V súvislosti s týmto poznamenáva, že svetonázorové a politické presvedčenia nie sú identické. Napríklad ak niekto odmieta určitú politiku, neznamená to, že musí stáť na svetonázorových pozíciách, ktoré sú v rozpore s touto politikou, a naopak, ten, kto súhlasí s určitou politickou praxou, nemusí ešte súhlasiť s jej svetonázorovou orientáciou.

Osobitosťou odvodených presvedčení je, že zvyčajne vychádzajú zo základných presvedčení. Napríklad úspešný socializačný proces jedinca predpokladá systém základných sociálnych presvedčení, na základe ktorých si jedinec utvára odvodené sociálne presvedčenia (H e l u s, 1973, s. 10). Rozlišovanie medzi základnými a odvodenými presvedčeniami je dôležité najmä z výchovného hľadiska. Ťažko možno napr. očakávať, že u niekoho vyvoláme zmenu v niektorých odvodených presvedčeniach, ak sa zároveň „nedostane do pohybu" aj príslušné základné presvedčenie, t. j. presvedčenie svetonázorové.

Presvedčenia sa môžu deliť aj z hľadiska zdôvodnenosti, a to na presvedčenia *obyčajné* a *vedecké*. Podľa Ž u r a v l e v a (1976, s. 7) „sa na rozdiel od tzv. obyčajných presvedčení vedecké presvedčenia utvárajú na inej úrovni zovšeobecnenia skúseností človeka. Obsahujú nielen vlastné skúsenosti, ale aj výsledky

spoločenskej praxe, čo sa odráža vo vedeckých poznatkoch, ktoré človek prežíva".

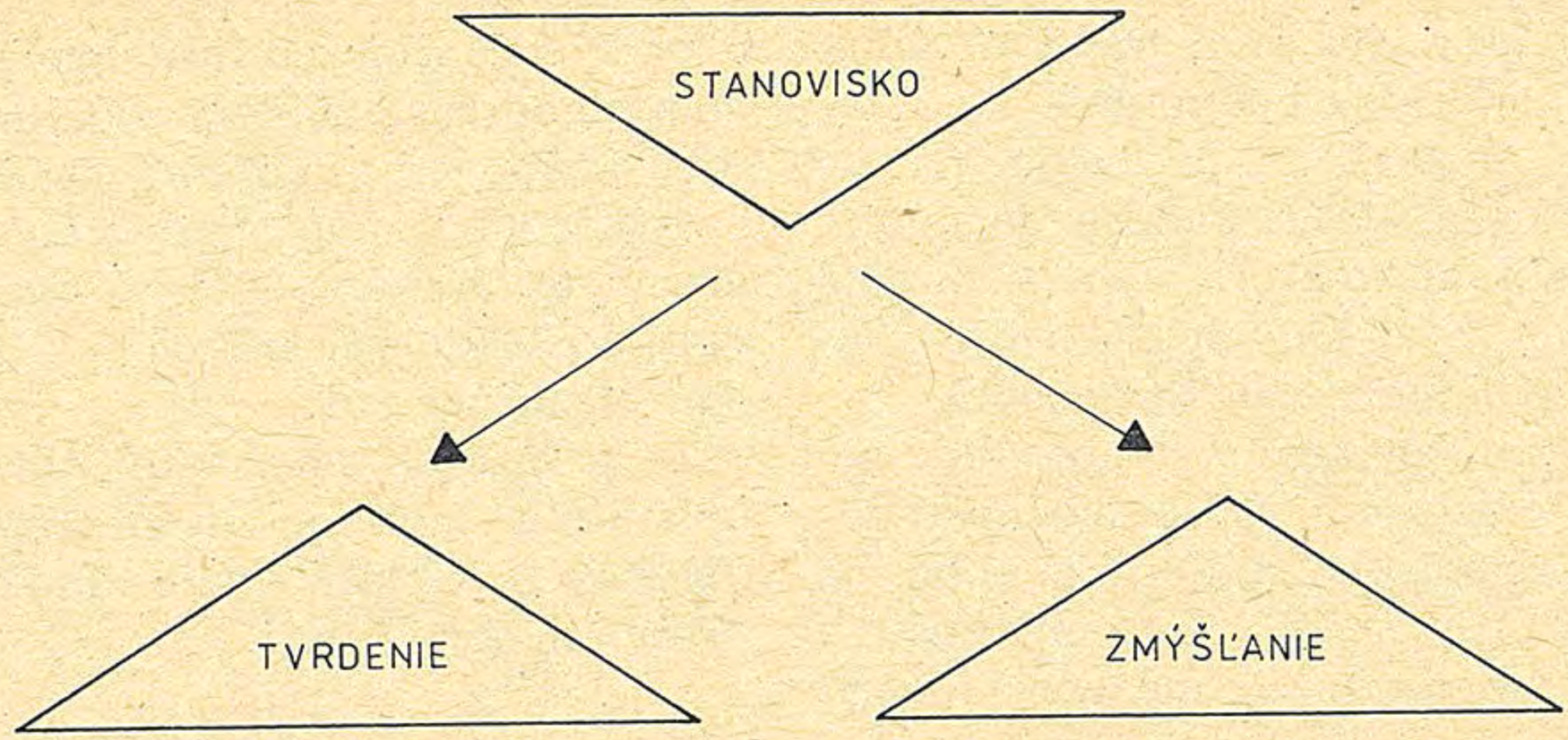
Vysoký stupeň objektívnosti majú tie presvedčenia, pri ktorých sa spôsob a postup zdôvodňovania opierajú o vedecké poznatky.* Pritom si však treba uvedomiť, že nie každé objektívne zdôvodnené presvedčenie je zároveň vedeckým presvedčením. Vedecké zdôvodnenie predpokladá osvojenie príslušnej vedeckej metodológie a je blízke vedeckým hypotézam. Ani vedeckú hypotézu však nemožno stotožňovať s vedeckým presvedčením. Zatiaľ čo vedecká hypotéza vzniká na základe objektívnych faktov ako odosobnené tvrdenie, ktorého prijatie si vyžaduje ešte overenie, vo vedeckom presvedčení sa prezentujú nielen objektívne fakty, ale aj osobná zainteresovanosť. Pri hypotetickom tvrdení vystupuje do popredia iba reč faktov, vo vedeckom presvedčení „fandíme", aby platilo to, čo na základe faktov tvrdíme.

Podľa toho, akými osobitosťami sa vyznačuje zdôvodnenosť stanoviska presvedčovaného, možno presvedčenia označiť ako *tvrdenia* alebo *zmýšľania* (obr. 3). Príkladom zdôvodneného stanoviska v podobe tvrdenia sú napr. výroky „som presvedčený, že tú skúšku urobím načas", alebo „som presvedčený, že sa tam o rok vrátim". Príkladom zdôvodneného stanoviska v podobe zmýšľania môžu byť napr. výroky „neustále sa upevňuje vo mne presvedčenie, že zmysel života možno nájsť iba v tvorivej práci", alebo „nič ma nemôže odradiť od presvedčenia, že skutočné šťastie vzniká v práci pre blaho človeka". Z toho vyplýva, že presvedčenia v podobe tvrdení sú také stanoviská, ktorých zdôvodnenosť možno overiť po uplynutí relatívne krátkeho času a na základe jednorazovej konfrontácie so skutočnosťou. Naproti tomu presvedčenia v podobe zmýšľania sú také stanoviská, ktorých zdôvodnenie sa viaže spravidla na viacero argumentov, pričom overovanie týmito argumentmi nie je jednorazové, ale trvá oveľa dlhšie (niekedy aj celý život). Presvedčenia v podobe tvrdení majú bližšie k poznatkom, a to k takým, ktoré sa ešte nepodarilo objektívne overiť (overené presvedčenia totiž nadobúdajú charakter poznatkov). Presvedčenia v podobe zmýšľania majú bližšie zasa k svetonázorovým náhľadom.

Ak berieme do úvahy, či je jedinec schopný svoje presvedčenie verejne vyjadriť alebo objasniť, môžeme hovoriť o tzv. *neskrývanom* (demonštrovanom) a *utajenom* (až intímnom) presvedčení. Výraznou črtou neskrývaných presvedčení je, že sú ofenzívne, rezistentnejšie a málo ovplyvniteľné. Je to preto, že sa formovali a stabilizovali v ne-

---

* Podľa Okuna (1978, s. 45) nepredpokladá utvorenie nejakého presvedčenia ani určité vlastnosti argumentov (napr. pravdu), ani určitý obsah (napr. svetonázorový obsah), ani určité sociálne podmienky (napr. socialistickú spoločnosť). Ak však môžu byť základom presvedčenia stanoviská, ktorých prijatie si nevyžaduje vedecké chápanie javov, možno konštatovať, že existencia nejakého presvedčenia sa neviaže na nijaké určité kvality zdôvodňovacích tvrdení. Na druhej strane sa však presvedčenia zreteľne navzájom od seba odlišujú podľa charakteru pravdivosti obsahu a zdôvodnenosti tvrdení, ktoré tvoria ich základ.



Obr. 3. *Stanovisko presvedčeného v podobe tvrdenia alebo zmýšľania*

ustálej konfrontácii s inými, nerovnakými alebo protikladnými presvedčeniami. Na druhej strane pre „utajené“ presvedčenia je príznačné, že sú spravidla v opozícii s jestvujúcimi spoločenskými normami a presvedčeniami. Práve preto ich človek skrýva (môže sa báť verejného odsúdenia). Tým sa utajované presvedčenia stávajú problematickými aj z morálneho hľadiska (to však neplatí vždy).

Z hľadiska subjektívneho vzťahu recipienta môžeme presvedčenia deliť na *želané* alebo *neželané*. Chcené presvedčenia vznikajú spravidla vtedy, keď sa človek začína obávať, či si udrží jestvujúce uistenie. Napríklad pacient, ktorého presvedčil ošetrujúci lekár, že sa uzdraví, sa môže zároveň obávať, či mu toto presvedčenie vydrží vzhľadom na pokračujúce symptómy choroby. Neželané presvedčenia sú také presvedčenia, ktoré ich nositeľov znepokojujú, príp. trápia alebo frustrujú, a preto sa ich usilujú nejakým spôsobom zbaviť. Napríklad kandidát skúšky, ktorý sa vôbec, príp. len veľmi málo pripravoval, sa snaží zbaviť presvedčenia, že neprospeje; pretekár, ktorý netrénoval, chce v sebe potlačiť presvedčenie, že nesplní stanovený limit. Uplatňovanie rozličných racionalizačných (napr. „aj tak by sa to nestihlo“) alebo projekčných techník správania (napr. „nik sa nepripravuje tak, ako sa to vyžaduje“), je len malou ukážkou toho, ako človek usiluje uniknúť frustrujúcim presvedčeniam, ku ktorým ho privádza životná skúsenosť.

Z praktického hľadiska by sa presvedčenia mohli diferencovať aj z aspektu ich neochvejnosti či neotrasiteľnosti na *stabilné* a *instabilné*. Pevnosť a nepevnosť sú osobnostné charakteristiky, ktoré možno hodnotiť jednak z hľadiska času a jednak z hľadiska mravnosti. Pevné presvedčenia sú síce spravidla časovo konštantné, ale na druhej strane konštantné presvedčenie nemusí byť aj pevné. Napríklad niektorí jedinci majú konštantné presvedčenie iba preto, lebo až dosiaľ oň nemuseli nejako mimoriadne bo-

jovať, príp. ho pred niekým obhajovať. Morálne hodnotenie stability alebo instability presvedčenia je možné iba vtedy, keď sa do úvahy berie hľadisko prečo alebo v záujme koho a čoho má niekto svoje presvedčenie pevné alebo nepevné.

Okrem spomenutých spôsobov delenia existujú aj ďalšie možnosti delenia. Napríklad z hľadiska toho, na ktorý psychický mechanizmus sa presvedčenie viaže, môžeme hovoriť o presvedčení prevažne emocionálnom alebo racionálnom. Podľa spôsobu formovania môžeme rozlišovať presvedčenia spontánne alebo zámerne utvárané, podľa stupňa vývinu zrelé (dotvorené) alebo ešte sa len formujúce atď.

Teda podľa toho, aké hľadisko uplatníme, môžeme presvedčovanie ďalej deliť. Uplatňovanie hľadísk je pritom neobmedzené.

II.
PERSUÁZIA V SYSTÉME PSYCHOLOGICKÝCH POJMOV

Aj keď je presvedčovanie pojem, ktorým operujú viaceré disciplíny, v psychologických definíciách nachádza vari najprimeranejšie vyjadrenie. Totiž persuázia môže byť tak psychickým procesom (presvedčovanie, sebapresvedčovanie), ako aj stavom (presvedčenie) alebo vlastnosťou (presvedčiteľnosť, presvedčenosť). Okrem toho úzko súvisí aj s ďalšími psychologickými pojmami, napr. s postojmi, potrebami, motívmi atď.

Presvedčenie ako *stav vedomia* (O k u n, 1978) súvisí vari najviac s postojmi. A l l p o r t (1935) ich chápe ako *stav pohotovosti* charakterizovaný relatívne trvalou sústavou vzťahov, ktoré spájajú kognitívne (poznávacie), afektívne (citové), a konatívne (snahové) prvky psychického reagovania. Všetky tieto znaky sú však vlastné takisto pojmu presvedčenie. Postoj a presvedčenie majú spoločné aj to, že vznikajú ako výsledok ovplyvňovania alebo výchovného pôsobenia. Vzniku každého presvedčenia pravdepodobne predchádza postoj. Z genetického hľadiska by sme potom mohli povedať, že postoje majú k presvedčeniu taký vzťah ako detstvo k dospelosti.

Pri analýze podstaty presvedčenia sa nemožno zaobísť bez terminologického a pojmového arzenálu, ktorý sa používa pri charakteristike postojov. Skutočne „problematika utvárania postojov a ich význam pre spoločenský a osobný život ľudí stojí v popredí záujmu, len čo sa rieši problém výchovy ľudí a tvorby ich presvedčení“ (P e š i n o v á a k o l., 1978, s. 10).

Úzka podmienenosť a nadväznosť postojov a presvedčení zapríčiňuje, že presvedčenie často chápeme iba ako jeden z *krajných variantov postoja*, napr. zdá sa nám, akoby všetky komponenty zahrnuté v postoji boli v presvedčení zastúpené *intenzívnejšie*. V skutočnosti, aj keď práve z hľadiska intenzity nachádzame medzi postojmi a presvedčením výrazné rozdiely, sama intenzita nie je jednoznačným diferenciačným ukazovateľom odlišnosti jedného pojmu od druhého. Existujú napr. postoje, na základe ktorých niečo intenzívne prijímame alebo odmieta-

me, no nenadobúdajú tým ešte charakter presvedčení. Človek môže mať veľmi záporný postoj k niekomu (antipatia), ale zároveň môže proti tomuto postoju bojovať, ak nie je presvedčený o správnosti svojho stanoviska. Takisto rodič môže vo svojich postojoch všeličo tolerovať svojmu jedinému dieťaťu, hoci nemusí byť presvedčený o správnosti týchto postojov.

Presvedčenie teda nemožno chápať ako krajný variant postoja, ba ani ako postoj postojov, príp. ako postoj o postojoch. Medzi presvedčením a postojom sú kvalitatívne rozdiely, ktoré vyplývajú tak z procesuálnych a kompozičných, ako aj z rezultatívnych osobitostí vzniku obidvoch pojmov. Z *procesuálneho hľadiska* spočíva rozdiel medzi postojom a presvedčením v tom, že zatiaľ čo postoj nemá metódu svojho vzniku, presvedčenie je charakterizované práve touto metódou. Je známe, že metóda presvedčovania patrí medzi základné metódy medziľudského ovplyvňovania i výchovy. Proces utvárania a premeny postojov však nie je metódou, a preto sa v súvislosti s ním hovorí* iba o zdrojoch, činiteľoch alebo faktoroch jeho utvárania (N a k o n e č n ý, 1970, s. 271). Z *konceptuálneho (pojmového) hľadiska* spočíva rozdiel medzi postojom a presvedčením zasa v tom, že zatiaľ čo prvý pojem charakterizujú tri známe zložky (komponenty), druhý pojem charakterizuje (pozri str. 16) päť znakov, resp. princípov. Z *rezultatívneho hľadiska* spočíva rozdiel medzi postojom a presvedčením v zreteľne odlišnom účinku na správanie a konanie človeka. K nejakému javu môžeme zaujímať aj protikladné postoje, ale takéto protikladné presvedčenia neexistujú. Presvedčenie je odolnejšie proti prijímaniu opozičných informácií; výraznejšie pôsobí pri premene poznania na konanie a je jednou z najpodstatnejších motivačných jednotiek v ľudskej činnosti.

Z toho vyplýva, že presvedčenie je svojráznou a osobitnou psychickou kvalitou, ktorú nemožno stotožňovať, ale ani zamieňať s postojom. Na druhej strane však skutočnosť, že postoj je širší pojem (v tom zmysle, že môže existovať aj bez charakteristických znakov — princípov, ktoré určujú presvedčenie; samo presvedčenie však nemožno vysvetliť bez niektorých znakov, ktoré charakterizujú postoj), znamená, že presvedčenie nachádza v terminológii postoja jednu z možností svojho vyjadrenia. Podľa N a k o n e č n é h o (1970, s. 285) „sociálni psychológovia podstatnú časť svojich nálezov a opisov vyjadrujú v termínoch postojov".

Súvislosti nachádzame aj medzi presvedčením a *potrebou*. Podľa L e o n t i e v a (1971, s. 144) „sa môže potreba ako vnútorná sila realizovať jedine v činnosti". Súvislosť presvedčenia a potrieb je daná viacerými skutočnosťami. Napríklad jednu z významných potrieb z hľadiska ich klasifikácie predstavuje

---

* V súvislosti s ovplyvňovaním postojov sa v psychológii hovorí aj o niektorých stratégiách zameraných buď len na správanie, emócie, alebo na kognitívnu zložku. Napríklad o Skinnerovej metóde, metóde abreakcie, systematickej desenzibilizácie, Ellisovej metóde, Frankelovej logoterapii a pod. (M u s i l, 1984, s. 88).

potreba *istoty* (P a r d e l, 1977, s. 94—104). Jedným z významných princípov formovania a existencie presvedčenia je zasa princíp *uistenosti*. Človek je na presvedčenie až bytostne odkázaný, pretože ho potrebuje. Presvedčenia — to sú istoty a človek nemôže normálne žiť ani pracovať, ak svoje istoty stráca. Preto má každý človek svoj vlastný systém presvedčení. Má ho dokonca aj ten, kto zanovite tvrdí, že presvedčenia niet, pretože aj húževnaté zastávanie nejakého názoru je už vlastne určitým presvedčením. Ani medzi tými, ktorí takmer o všetkom pochybujú, nie sú len takí, ktorí „netúžia" po presvedčení. Pochybnosť môže byť takisto iba maskovacím manévrom zastretia potreby presvedčenia. Nie náhodou niektorí psychológovia definujú presvedčenie ako „systém vedomých potrieb" (P e t r o v s k i j, 1977, s. 253).

Rozdiel medzi potrebou a presvedčením je aj v tom, že často sa na základe toho istého obsahu potrieb môže dospieť k rozličným presvedčeniam, a naopak, aj obsahovo rozdielne potreby môžu smerovať k tomu istému presvedčeniu.

Na základe toho, že presvedčenia v podstatnej miere ovplyvňujú to, čo a ako človek robí, môžeme povedať, že sú významným charakterotvorným činiteľom. Ako také majú tendenciu meniť sa i na novú psychickú kvalitu — *vlastnosť*. Teda *presvedčenie* sa môže pretvoriť na *presvedčenosť* ako psychickú kvalitu v podobe vlastnosti. Podľa R u b i n š t e j n a (1961) je vlastnosť schopnosť indivídua zákonite odpovedať na určité objektívne podnety určitými psychickými činnosťami, pričom psychické činnosti sa fixujú vo vlastnosti na základe opakovania a na základe generalizácie podmienok týchto činností. Týmto sa psychická vlastnosť stáva rozlíšiteľným a relatívne zotrvávajúcim spôsobom správania, ktorým sa jeden človek odlišuje od druhého.

Presvedčenosť *(vlastnosť)* je viac ako presvedčenie *(stav)*, pretože vyjadruje osobnosť jedinca v jeho celku. Podľa K l a u s a (1971, s. 23) presvedčenosť je vlastnosť, „ktorá stojí za celistvosťou osobnosti". Ako vlastnosť určuje základný smer spoločenskej činnosti človeka, usmerňuje ho na podstatné životné a činnostné ciele, a tak vlastne patrí k podstatným zložkám v štruktúre osobnosti. Bezprostredne a významne ovplyvňuje aj všetky ostatné vlastnosti človeka, jeho správanie i konanie.

Keďže presvedčenosť je vlastnosť človeka, ktorá akoby stála za celistvosťou jeho osobnosti, viacerí autori zdôrazňujú jej morálny význam. Tak napr. z etického hľadiska (K o n a k o l., 1978, s. 71) presvedčenosť znamená subjektívny vzťah človeka k svojim činom a presvedčeniam a v ňom sa aj prejavuje jeho viera vo vlastnú pravdu. Je teda jednou z foriem mravného sebauvedomenia a ideovo-psychologickým základom rozvoja určitých vôľových kvalít v človeku — statočnosti, pevnosti, sebaovládania, vytrvalosti, iniciatívnosti a vernosti k vybraným ideálom. Presvedčenosť môže byť skutočná, ale môže nadobudnúť aj deformovanú podobu, keď si človek nekriticky osvojí určité názory. Presvedčenosť takéhoto druhu sa

ČESKOSLOVENSKÁ AKADEMIE VĚD
Ústav pro výzkum společenského vědomí
a vědeckého ateismu
knihovna
602 00 Brno, Mendlovo nám. 1

zvyčajne spája s fanatizmom a rigorizmom.

Fanatizmus (z lat. fanaticus — šialený, streštený) sa od presvedčenosti odlišuje tým, že jeho nositelia sa vyznačujú vášnivým, nekritickým a „slepým“ oddaním sa určitej predstave, pričom prejavujú krajnú neznášanlivosť a netolerantnosť k tým, ktorí majú iné zmýšľanie. Je nesprávne, ak sa fanatizmus posudzuje iba podľa obsahu, t. j. podľa toho, na čo sa viaže, pretože to zvádza k jeho tolerovaniu. V skutočnosti je fanatizmus, či sa už viaže na pokrokové, alebo reakčné názory, neprijateľný sám osebe. Nemožno sa predsa nadchýnať konaním človeka, ktoré sa riadi vášňou, hoci môže obsahovať aj správne prvky. Fanatik, ktorý vylučuje rozumové riešenie, je náchylný využívať akékoľvek prostriedky a nezastaví sa ani pred zbytočným obetovaním ľudských životov pri dosahovaní svojho cieľa. Socialistická morálka ako protiklad fanatizmu uznáva iba presvedčenosť, ktorá je harmonickým spojením „ratio a emotio“, čiže rozumu a citu.

1. RACIONÁLNY ZÁKLAD PRESVEDČENIA

Nijaké presvedčenia sa nezaobídu bez racionálneho základu. Často môžeme napr. počuť: „chcel som mu veriť, ale nedal mi na to nijaký rozumný dôvod“ alebo „bol by ma skoro presvedčil, až na to, že neviem, čo vlastne chcel povedať“. To naznačuje, že samo emocionálne pôsobenie je bez racionálneho obsahu spravidla neúspešné. Nie náhodou sa takmer všetci autori aj napriek mnohorakosti definícií pojmu presvedčenia zhodujú v tom, že racionálna zložka predstavuje jednu z jeho najzákladnejších psychických charakteristík. V súvislosti s týmto však vzniká problém, v čom spočíva, alebo ako treba chápať racionálny základ presvedčenia.

Sám termín racionálny (z lat. racionalis — rozumný, rozumový) naznačuje, že problém môžeme riešiť pomocou takých pojmov, ktoré úzko súvisia s rozumovou činnosťou človeka, teda pomocou pojmov „poznatok“, „schopnosť“ alebo „vedomosť“.

V najvšeobecnejšom zmysle slova *poznatok* chápeme ako „produkt spoločenskej, pracovnej a myšlienkovej činnosti ľudí, ktorý je ideálnou reprodukciou objektívnych, zákonitých súvislostí, prakticky pretvaráného objektívneho sveta, vyjadrenou v jazykovej forme“ (R o z e n t a ľ, 1977, s. 411). Pre poznatok je príznačná veľká zovšeobecnenosť, to znamená, že má hodnotu aj sám osebe bez ohľadu na to, kto ho vytvoril. Pre presvedčenie je zasa príznačné, že je jedinečné, individualizované, to znamená, že vždy sa viaže na osobu svojho nositeľa. Poznatok teda nie je najvhodnejším pojmom na objasňovanie racionálneho základu presvedčenia, pretože vysvetliť jedinečné pojmovým aparátom všeobecného nemožno.

Keďže poznatok nereprezentuje iba to, čo utvorilo ľudstvo, ale zachováva sa v ňom aj to, čo možno odovzdať iným, vzniká otázka, či racionálny základ presvedčení nespočíva v rozumovej *schopnosti* človeka osvojovať si a zvnútorňovať

poznatky. O rozumových, intelektových schopnostiach je známe, že sa prejavujú na množstve a kvalite výkonu poznávacích psychických funkcií, napr. myslenia, pamäti, pozornosti. Aj keď nemožno popierať úlohu intelektových schopností na racionálnej charakteristike presvedčenia, iba schopnosťami nemožno objasniť jeho rozumový základ. Nemáme totiž nijaké dôkazy, že by sa pevnejšími a odolnejšími presvedčeniami vyznačovali práve intelektovo vyspelí jedinci. Rozličné rigidné presvedčenia (založené napr. na predsudkoch) takúto možnosť vyvracajú.

Pretože intelektové schopnosti sú iba predpokladom racionálneho základu presvedčenia, ale samy osebe ho ešte neutvárajú, otázkou je, či by nebolo možné rozumové komponenty presvedčenia objasniť *vedomosťami* človeka. Vedomosti, teda ich vznik, podmieňuje nielen intelekt, ale aj vôľa. Môžeme povedať, že platí, vedomosť = schopnosti × motivácia. Práve preto môžu aj rozumovo priemerní ľudia disponovať pomerne veľkým rozsahom vedomostí, a naopak, u intelektovo vyspelých sa môžeme stretnúť s ich nedostatkom.

Aj keď možno povedať, že vedomosťami ovplyvňujeme človeka, predsa nás práve vedomosti stavajú pred najväčší problém, ak máme na ich základe vysvetliť racionálny základ presvedčení. Totiž každodenná prax nám ukazuje, že zatiaľ čo sa u jedného človeka stretávame s pevnými presvedčeniami aj bez primeraných vedomostí, u druhého človeka sa presvedčenie nevypestuje ani napriek tomu, že v danej oblasti disponuje bohatými vedomosťami. Medzi osvojenými poznatkami a utvoreným presvedčením teda neexistujú ani priamo, ani nepriamo úmerné vzťahy.

Na túto skutočnosť upozorňujú viacerí autori. Napríklad Okun (1978, s. 23) v tejto súvislosti konštatuje, že „poznatky sa môžu sprostredkovávať aj vo vyučovacom procese. O stave prijatých poznatkov si môže učiteľ utvoriť presný obraz napr. skúšaním. Ak je recipient schopný bez cudzej pomoci predloženú látku opakovať, dospel k vlastnému poznatku. Presvedčenie však nemožno preskúšať rovnakým spôsobom... Aj keď každé presvedčenie vychádza z nadobudnutia určitých poznatkov a presvedčenie pôsobí ako selektívny faktor poznatkov, predsa získané poznatky nevyhnutne nevedú k utvoreniu zodpovedajúceho presvedčenia. Teda proces získavania poznatkov a proces tvorby presvedčenia sa odlišujú. Prvý je síce predpokladom presvedčenia, ale nemusí k nemu dospieť. Inak by problém presvedčovania bol iba teoreticky zdanlivým problémom“.

Podobne aj Kodýtková (1979, s. 23), odvolávajúc sa na sovietskych autorov, konštatuje, že „najťažšie je objasniť prechod vedenia v presvedčenie. Túto úlohu sa ešte psychológom nepodarilo vyriešiť“.

V čom je to, že na jednej strane jednoznačne prisudzujeme presvedčeniu racionálny základ, a na druhej strane nie sme schopní presvedčenie vysvetliť príslušnými pojmami myšlienkovej činnosti človeka? Keď sa ešte raz vrátime k analyzovaným pojmom „poznatok“, „schopnosť“ a „vedomosť“, zistíme, že je medzi nimi logická súvislosť, spočívajúca vo vzájomnej nadväznosti. Zatiaľ čo schopnosť je predpokladom osvojenia poznatkov, vedomosť je výsledkom ich osvojenia. Výsledkom racionálnych činností človeka

však nie sú len poznatky a vedomosti, ale aj mienky, predstavy, názory a domnienky. Osobitosťou týchto pojmov je, že sa vyznačujú inou racionálnou charakteristikou ako poznatky a vedomosti. Z gnozeologického hľadiska sa mienka chápe ako protiklad poznatku v tom zmysle, že zatiaľ čo funkciou poznatku je prevod rozptýlených predstáv do všeobecnej roviny, v mienke sa fixujú empirické a premenlivé vlastnosti vecí* (Rozentaľ a kol., 1977, s. 411).

Zo psychologického hľadiska je mienka (rus. mnenie; nem. Meinung; fran. avis; ang. opinion) pojem, ktorým sa podľa Slejšku (1970, s. 630) označuje rozumovo podložený vzťah človeka k niektorým javom objektívnej skutočnosti. Pritom ide 1. o vzťah odrazový, ideálny, 2. vzťah, ktorý spája názorove poznávaciu zložku so zložkou hodnotiacou a 3. vzťah, ktorý zintenzívnením a relatívnym stabilizovaním prechádza do postoja, ktorý podstatným spôsobom ovplyvňuje reálnu činnosť subjektu v spoločnosti.

Z toho vyplýva, že mienka je verbalizovaná kognitívno-hodnotiaca časť postoja, a preto sú jej blízke aj také pojmy, ako zmýšľanie, názor a presvedčenie (Nakonečný, 1970, s. 266). Mienku, názor i zmýšľanie možno chápať ako synonymické pojmy. *Presvedčenie je však mienka, ktorá sa vyznačuje racionálnou uistenosťou.* To súčasne naznačuje, že je to práve mienka ako kognitívny útvar, na základe ktorého možno najlepšie objasniť racionálny základ presvedčení človeka.**

Otázkou je, za akých podmienok sa mienka ako kognitívna časť postoja mení, resp. môže meniť na presvedčenie.

Na rozdiel od vedomostí, ktorých utváranie predpokladá kognitívny proces premeny poznatkov existujúcich akoby „o sebe“ na poznatky „pre seba“, čiže pre učiaceho sa, utváranie mienky je kognitívnym procesom, pre ktorý nie je ani tak charakteristická premena poznatkov „o sebe“ na poznatky „pre seba“ (interiorizácia), ale oveľa charakteristickejšia je tu premena zvnútornených poznatkov, teda poznatkov

---

* Fakty, o ktoré sa opiera, alebo na základe ktorých vzniká mienka, sa pre svoju subjektívnosť nevyznačujú tou istou logikou odrazu objektívnej skutočnosti ako fakty, na ktorých sa zakladá poznatok. (Hoci ani poznatkové fakty nepredstavujú úplne odsubjektizovaný odraz skutočnosti.) Podľa Filkorna (1960, s. 80) „sa ani v obyčajnom, ani vo vedeckom poznaní ani jeden jav neodrazí vo vedomí vo svojej originálnej čistote a chudobe, t. j. niet čistého pasívneho pozorovania ako niet úplne pasívneho odrážania vôbec. Keď niečo vnímame, alebo pozorujeme, robíme to na základe a na pozadí svojich predošlých skúseností a poznatkov, ktoré stvárnili náš subjekt. Preto fakt nie je pasívne odzrkadlenie určitej stránky skutočnosti, ale je to výsledok objektívnej a subjektívnej činnosti alebo priamy bezprostredný priesečník objektu so skúsenosťami stvárneným subjektom. V subjekte máme určité čisto osobné postoje, vlohy a spôsob, ktorým chápeme javy na základe individuálneho, fyziologického a psychologického uspôsobenia . . .“

** Podľa Lernera (1976, s. 18) sa pojmy názor a presvedčenie v slovníkoch často zamieňajú, a preto autor konštatuje, že sú to termíny odlišné len z hľadiska miery (pozri aj Wörterbuch der Psychologie. Leipzig, 1976).

„pre seba“ na poznatky „zo seba“ (autorizácia). Všetky poznatky, ktoré človek má, si v prevažnej miere osvojil od iných — naučil sa ich; na všetkých mienkach, ktoré zastáva, participuje viac alebo menej aj svojou tvorbou — je ich autorom a spoluautorom. Tým sa dostávame k prvému predpokladu premeny mienky na presvedčenie, ktorý spočíva v tom, že *čím viac si človek uvedomuje, že mienka, ktorú zastávajú mnohí alebo iba niektorí, je zároveň mienkou, ku ktorej sa dopracoval sám nezávisle od iných (princíp zúčastnenosti), tým má jeho mienka väčšie predpoklady, aby sa sformovala na presvedčenie.*

Už z predchádzajúceho vymedzenia mienky je známe, že sa ňou vyjadruje nielen individuálne poznávanie, ale aj hodnotenie javov. Z toho vyplýva, že pri objasnení premeny mienky na presvedčenie nevystačíme iba s pojmovým aparátom gnozeológie, ale treba sa opierať, ako sme to už vo viacerých súvislostiach zdôraznili, aj o príslušné pojmy z oblasti axiológie.*

O čo tu vlastne ide?

Každý človek má svoju vlastnú databanku podmienenú spoločenským prostredím, v ktorom vyrástol, selektívnosťou svojich schopností, záujmov, túžob, želaní a nie na poslednom mieste aj svojho svetonázoru. Pretože fakty obsiahnuté v mienke sú vždy hodnotené (valorizované) databankou individuálneho príjemcu, sú pre neho spravidla prijateľnejšie ako fakty, ktoré si iba osvojil (vedomosti) a ktoré neprešli jeho osobne zainteresovaným vyhodnotením. To vysvetľuje, prečo sa ľudia regulujú viac svojimi subjektívnymi názormi ako objektívne platnými poznatkami. Tým sa zároveň dostávame k druhému predpokladu premeny mienky na presvedčenie, ktorý spočíva v tom, že *čím väčší význam (hodnotu) pripisuje človek mienke, ktorú zastáva, a čím viac sa svojimi skúsenosťami, svojím mravným vedomím a svedomím a vôbec celou svojou osobnosťou zasadzuje za jej platnosť (princíp zainteresovanosti), tým má jeho mienka väčšie predpoklady, aby prerástla v presvedčenie.*

Napríklad lekár M. je silným fajčiarom, hoci veľmi dobre pozná alarmujúce štatistické údaje o škodlivosti fajčenia a ako internista sa s jeho škodlivými následkami stretáva aj vo svojej klinickej praxi. Zotrvávanie na fajčiarskom zlozvyku mu umožňuje presvedčenie, vychádzajúce z jeho často zdôvodňovaného názoru, že nie každý, kto fajčí, má zdravotné problémy (p. teóriu kognitívnej disonancie, s. 134), a teda „prečo by aj on nemohol byť výnimkou“.

---

* Aj keď je gnozeologický a axiologický prístup k skúmaniu nejakého javu už z hľadiska kladených otázok odlišný, táto odlišnosť neznamená, že gnozeológia zachytáva racionálny a axiológia iracionálny odraz toho istého javu. Hodnotenie je podobne ako poznávanie rozumový proces. B r o ž í k (1976, s. 61—67) hovorí, že „zatiaľ čo pri poznávaní ide o odrážanie predmetov, javov a procesov objektívneho sveta, v pojmoch, v hodnotení ide o poznávanie poznávaných, spoločensky relevantných entít navzájom . . .“ „Hoci hodnotenie a poznávanie sú dve špecifické interakcie subjektu a objektu, možno ich oddeľovať iba v abstrakcii, pretože poznávanie a hodnotenie tvoria jednotu . . .“ „Poznávanie je predpokladom hodnotenia, ale takisto hodnotenie podmieňuje poznávací proces“.

Osemnásťročná Mária T. sa rozhodla, že si vezme za manžela mladíka, ktorý je známy svojou ľahkomyseľnosťou, nezodpovednosťou, zlým vzťahom k práci a „dobrým vzťahom“ k alkoholu. Úporné naliehanie rodičov, ani ich argumentácia na základe konkrétnych životných príkladov, ukazujúcich ako sa manželstvá s takýmito partnermi končia, nepomohli. Dievčina sa totiž riadi presvedčením, ktoré vychádza z jej neustále presadzovaného názoru, že „láska hory prenáša...“ A teda prečo by práve ona nedokázala zmeniť povahu i charakter budúceho manžela.

Peter a Pavel vyplňujú tiket Sazky. Keď majú určiť svoj tip pri zápase mužstva A s mužstvom B, Peter bez váhania píše 1, lebo jeho voľba vychádza z poznatku, že mužstvo A je podľa doterajších úspešných zápasov jasným favoritom. Naproti tomu Pavel píše číslo 2. Patrí totiž medzi veľkých „fanúšikov“ mužstva B, a preto je presvedčený, že „jeho“ hráči práve v najbližšom zápase musia prelomiť smolu. Prečo by teda (aj keď sú zostupujúcimi) nevyhrali práve v zápase s favoritmi.

To, že sa lekár M. stále teší z dobrého zdravia, Mária zo šťastného manželstva (aspoň zatiaľ) a Pavel z výhry prvej ceny, sú empirickým „podhubím“, ktoré neustále živí nádej aj u tých druhých. Preto sme každodenne svedkami, že presvedčenia vznikajú nielen na základe exaktných, ale aj na základe názorove veľmi pretvorených a deformovaných faktov.

Aj keď sú fakty obsiahnuté v mienke (z hľadiska svojho vzniku i zdôvodnenia) oveľa subjektívnejšie ako poznatkové fakty, ešte to neznamená, že všetky musia nevyhnutne odrážať objektívnu skutočnosť iba v skreslenej podobe. To, že existujú mienky, ktoré môžu byť v súlade (alebo v nesúlade) so zdravým rozumom, ale aj mienky, ktoré môžu byť vo väčšej či menšej zhode s príslušným vedeckým myslením, znamená, že existujú aj rozličné presvedčenia, ktoré z hľadiska odrazu vonkajšieho a vnútorného sveta človeka možno označiť ako nepravdivé až chorobné, ale aj ako pravdivé a dokonca vedecké.

2. EMOCIONÁLNA ZLOŽKA PRESVEDČENIA

Emocionálna stránka presvedčenia nie je v porovnaní s racionálnou stránkou v odbornej literatúre tak jednoznačne zdôvodnená. Určité problémy vznikajú už v samej terminológii tohto pojmu. Pod názvom emócie (z lat. základu „motio“ — pohyb, „moveo“ — hýbem) rozumieme city (Hyhlík, Nakonečný, 1973, a i.), čiže *subjektívne prežívanie vzťahu človeka k niečomu.* Latinský základ „motio“, „moveo“ sa však používa aj na terminologické objasnenie pojmu motivácia, čiže pohnútky správania, pričom motivácia je úplne odlišná psychická kvalita. Napríklad Pardel (1977, s. 72) odvodzuje názov motivácia z latinského slova „motio“ (pohyb), pričom motiváciu, ako ukazuje jeho hypotetický model, nie je potrebné vysvetľovať emóciami alebo citmi.*

---

* Naznačená homonymita pôvodných pojmov zvádza, aby sa cit uvádzal skôr latinským termínom „sensus“. Týmto termínom sa však vyjadruje zároveň aj pocit, a preto sa používa na označenie zmyslového vnímania. (Zaujímavé je však, že v bežnej komunikácii sa pocit chápe skôr ako citové prežívanie niečoho, teda nie ako zmyslový odraz nejakej elementárnej vlastnosti.) Viacerí autori rozlišujú medzi pojmom emócia a cit v tom zmysle, že prvý pojem používajú

Objasnenie emociálnej stránky presvedčovania naráža na mnohé problémy, ktoré sú dané už samou podstatou citov. City patria k najsubjektívnejším psychickým stavom. To zapríčiňuje, že aj presne rovnaké podnety môžu u rozličných ľudí vyvolať nielen odlišné, ale často aj protikladné psychické zážitky (napr. pohľad na zapadajúce slnko alebo vnímanie hudby). S takouto odlišnosťou sa však nestretávame pri poznávaní, pretože zmyslový odraz predmetov a javov je u väčšiny ľudí viac-menej rovnaký. Subjektívnosť citových stavov spôsobuje aj ich pomerne ťažkú ovládateľnosť, či už zvonka (regulácia), alebo zvnútra (autoregulácia). Preto sa zdá, že nie je ani možné na príkaz ľúbiť alebo sa prinútiť niekoho nenávidieť. Častejšie sú však prípady, keď máme niekoho radi aj proti „zdravému" rozumu alebo k niekomu pociťujeme antipatiu aj vtedy, keď vlastne ani nevieme prečo. Preto sa niekedy zdá, akoby bola emocionálna regulácia človeka protikladom jeho racionálnej regulácie. Časté výroky „od veľkej radosti stratil hlavu", „pozabudol sa v hneve", „stratil rozum zo zúfalstva" a pod. to veľmi dobre vystihujú.

Aj v oblasti presvedčovania je známe, že rozumové argumenty prestávajú pôsobiť, ak sa recipient pozerá na problém iba cez prizmu svojich citov. Napríklad hlboko milujúci rodič je natoľko presvedčený o perfektnosti svojho dieťaťa, že je neprístupný akýmkoľvek dôkazom známych alebo učiteľov, aj keď je nezainteresovaným ľuďom jasné, že skutočnosť je odlišná. Je naozaj láska vždy „slepá?" V skutočnosti emócie a city nie sú aj napriek svojej subjektívnosti až také nevyspytateľné. Nie každý človek stráca hlavu od veľkej radosti, alebo sa pozabúda v hneve, nie každý cit „zaslepuje" a nie každý cit „spôsobuje škodu". Naopak, aj city môžu byť pozitívnym regulátorom ľudskej činnosti, pretože nielen sama činnosť vyvoláva u človeka určité emócie, ale aj emócie spätne ovplyvňujú ľudskú činnosť. Zabezpečujú vlastne integráciu poznávacej a motivačnej stránky osobnosti ako nedeliteľného funkčného systému (L e o n t i e v, 1979). A tak okrem autorov, ktorí sa usilovali objasniť presvedčenie iba na racionálnom základe (D u c h o v n y j, 1951, s. 221), je aj veľa takých, ktorí sa pri objasňovaní psychického mechanizmu tohto pojmu orientujú aj na emócie ako na významnú zložku presvedčenia (N e j m a r k, 1959).

Z komunikačného hľadiska sa city najčastejšie vyjadrujú v podobe *afektívnej zložky postoja, čiže tzv. sentimentu.* Napríklad emociálny postoj k práci sa môže prejavovať nadšením, láskou, ale aj odporom, znechutením atď. Takisto citový vzťah k druhým ľuďom sa môže vyznačovať zasa nedôverčivosťou, utiahnutosťou, bojazlivosťou alebo radosťou a ďalšími prejavmi dobrých spoločenských vzťahov. Už z týchto niekoľkých príkladov vyplýva, že afektívna zložka postoja vlastne

---

skôr pri fyziologickej a druhý pojem zasa pri psychologickej interpretácii toho istého javu (J e d i n á k o v á, 1973, s. 10). Vzhľadom na existujúcu nejednotnosť stanovísk chápeme obidva pojmy v tejto práci ako synonymá.

v čistej podobe ani neexistuje, ale vždy sa viaže na nejaký jav. Ani kritické myslenie na úrovni vedeckých analýz nie je zbavené emocionálneho zanietenia. „Bez ľudských emócií (ako na to upozornil L e n i n, 1957, s. 204) človek nikdy nehľadal, nehľadá a nemôže hľadať pravdu." Z toho vyplýva, že emotívnu zložku v presvedčovacom procese nemožno ani podceňovať, ani preceňovať, ani chápať izolovane, t. j. samu osebe, ale vždy iba v úzkej súvislosti a nadväznosti na racionálny základ presvedčenia.

CITY VO VZŤAHU K POZNANIU

Konštatovanie, že samo citové nadšenie alebo zanietenie nie je pri sprostredkovaní nejakého tvrdenia ešte predpokladom, aby u recipienta vzniklo očakávané presvedčenie, nastoľuje otázku, za akých podmienok pôsobí cit ako afektívna zložka postoja pri premene nejakého poznania v podobe mienky na presvedčenie.

Prvou podmienkou takejto premeny je *adekvátnosť, čiže vhodnosť alebo zhodnosť citov.* Pretože psychický základ presvedčenia spočíva v racionálnom uisťovaní sa človeka o niečom, adekvátnymi citmi sú predovšetkým gnostické city. Táto požiadavka sa narušuje, ak sa gnostické city v presvedčovacom procese nahradzujú iným druhom citov, napr. citmi glorickými (lat. gloria — sláva), pugnickými (lat. pugna — boj), romantickými alebo estetickými (D o d o n o v, 1978).

Napríklad vedúci môže byť pri výbere novej pracovníčky (na miesto, ktoré kladie zvýšené nároky na odbornosť) ovplyvňovaný viac estetickými citmi (vyvolanými jej zjavom) ako adekvátnymi racionálnymi citmi. Môže si nahovárať, že konal správne a môže sa mu to aj dariť, no oveľa ťažšie sa mu bude dariť premeniť to, čo si nahovoril, na presvedčenie.

V protiklade k tým, ktorí „ratio" a „emotio", čiže myslenie a cit stavajú do protikladu (napr. v anglickej pedagogickej encyklopédii sa tvrdí, že kritické myslenie je myslenie bez emócie; S m i t h a k o l., 1966, s. 613), psychológia upozorňuje, že už uplatňovanie správnych logických postupov v myslení a riešení problémov môže byť pre človeka zdrojom istého citového prežívania, ba i vzplanutia v podobe radosti a nadšenia. Silným podnetom pre vznik gnostických citov je najmä kreatívna (tvorivá) činnosť človeka. Pri prekonávaní protirečení vo vlastných úvahách, v prekvapení a v rozpakoch, ale aj v údive nad ešte neznámym alebo už spoznaným môžu vznikať u človeka jedinečné psychické zážitky v podobe rozmanitých intelektuálnych citov. Aj presvedčenie, pre ktoré je typická nielen premena poznatkov „o sebe" na poznatky „pre seba", ale aj tvorba poznatku „zo seba" (autorizácia), je kreatívnou činnosťou sui generis, a preto má človek všetky predpoklady prežívať údiv z jasnosti a pevnosti názoru, ku ktorému dospel, ako aj radosť z istoty o pravdivosti mienky, ktorú zastáva.

Druhá podmienka spolupôsobenia citu pri premene mienky na presvedčenie spočíva v *zosúladení vzťahu, vyplývajúceho z racionálneho*

ovplyvnenia, so vzťahom, ktorý vyplýva z emocionálneho ovplyvnenia. Už sme spomenuli, že človek je ovplyvňovaný aj svojimi poznatkami a vedomosťami. Činiteľom ovplyvňovania sú však takisto city, pretože človek na základe emócií vyjadruje svoj kladný alebo záporný vzťah k svetu. Keď sú ovplyvnenia, ktoré vyplývajú z rozumového a citového vzťahu k niečomu alebo niekomu, v súlade, človek je na najlepšej ceste pretvoriť svoju mienku na presvedčenie. Často však vzťah, ktorý sa formuje ako výsledok triezveho rozumového uvažovania, nenachádza primeranú citovú podporu, alebo naopak, citové vzplanutie sa dostáva do kolízie s logikou „zdravého" rozumu. Nesúlad rozumu a citu človek vnútorne prežíva ako konflikt. Tam, kde existuje konflikt rozumu a citu, môže síce človek zastávať rozličné názory a mienky, ale nie je možné, aby vzniklo presvedčenie.

Napríklad z pedagogiky vieme, že nielen odmena, ale aj trest je niekedy nevyhnutnou metódou stimulujúcou dodržiavanie výchovných požiadaviek. Inak sa však táto požiadavka prejavuje, keď máme trest uplatniť u niekoho, koho máme veľmi radi. Preto nie je náhodné, že nejeden rodič sa dostáva do konfliktu sám so sebou, ak má potrestať svoje dieťa. Na jednej strane rozum, teda zodpovednosť za výchovu sa prihovára „za", no citový vzťah súčasne zväzuje ruky, a preto aj keď nerozhodný rodič siahne k tomuto nepopulárnemu pedagogickému opatreniu, spravidla nepôsobí pred dieťaťom presvedčivo. V tom zároveň nachádzame jedno z vysvetlení, prečo je trest, a najmä „z rúk" milujúcej osoby tak málo účinný.

Každodenne prežívame rozličné citovo-rozumové alebo rozumovo-citové konflikty. Sám konflikt nie je v psychickom živote človeka niečím nezvyčajným alebo nenormálnym. Človek konflikty nielen prežíva, ale ich aj rieši. To, čo tu môže byť nenormálne, je však spôsob riešenia konfliktov. V podstate existujú dve možnosti — riešenie v prospech citu a riešenie v prospech rozumu.

Na riešenie konfliktov v prospech citu sú náchylní spravidla emočne precitlivelí jedinci, ktorí nedostatočne ovládajú vlastné emocionálne reakcie. Pretože všetko, čo sa týka ich osoby, prežívajú veľmi citovo, sú v rozhodovaní o niečom viac prístupní emocionálnym ako rozumovým argumentom. V niektorých prípadoch sú emocionálne precitlivelé osoby natoľko zaslepené tým, čo prežívajú, že nielen nevedia pochopiť triezvu racionálnu argumentáciu, ale sa pred ňou otvorene uzatvárajú (emocionálna bariéra).

Riešenie konfliktov v prospech citov však nemusí byť podmienené vždy iba povahovým založením jedinca. Niekedy môže byť činiteľom vplyvu aj momentálna nálada, a podľa toho môže u niektorých ľudí stúpať vlna optimizmu, takže nie sú schopní veci vnímať a posudzovať také, aké sú. Podľa Gerstmanna (1966, s. 150) je to podmienené aj niektorými vlastnosťami nervovej sústavy, a to konkrétne blokovaním pohyblivosti nervových procesov v príslušných centrách mozgovej kôry. Inokedy sa rozlične emočne podmienené stanoviská for-

mujú aj na základe špecifických vonkajších podnetov citovej nákazy (máme tu na mysli vplyv módy alebo vplyv smútočnej či bojovej nálady väčšieho množstva ľudí). Teda čím viac je človek citovo spätý so svojou spoločenskou skupinou alebo kolektívom, tým dôslednejšie s ňou zdieľa aj svoje sympatie alebo antipatie k druhým.

Z toho vyplýva, že človek si môže a často aj rieši konflikt rozumu a citu v prospech citu. Výsledkom takéhoto riešenia je sformovanie nového postoja, v ktorom dominuje predovšetkým afektívna, čiže citová zložka. Afektívne postoje (podobne ako názory) majú takisto tendenciu prerastať v presvedčenie. Pretože cit však nie je v týchto postojoch vyvážený rozumom, zostáva iba pri tendencii. A tak namiesto racionálneho *uisťovania sa* vzniká len emocionálne *vciťovanie sa* („cítim, že by to mohlo tak byť"), a teda namiesto premeny postoja na presvedčenie vzniká iba premena postoja na predsudok. Človek, ktorý koná viac na základe svojich citov ako na základe rozumu, nemôže úplne prežiť ani zážitok vnútorného uistenia; často má zážitok vnútorného „premoženia".

Ani riešenie konfliktov iba v prospech rozumu však nie je bezproblémové. Nemožno napr. schvaľovať prístupy, ktoré sa zakladajú na apriornom potlačení (represií) všetkého emocionálneho v človeku. Človek nie je silný iba svojím rozumom, ale aj svojím citom. Kritériom existencie presvedčenia nie je len rozum, ale aj citové zanietenie, pretože, ako hovorí V o n d r á č e k (1969, s. 10), aj „emócie sú kritériom existencie".*

Skúsenosti ukazujú, že nijaké presvedčenie, aj keby bolo akokoľvek racionálne zdôvodnené, sa nevyznačuje takou stabilitou a neochvejnosťou ako presvedčenie, ktoré je preniknuté zároveň primeraným emocionálnym nábojom. Nie náhodou sa presvedčenia založené iba na racionálnej zložke porovnávajú s manželstvami z rozumu. Aj jedny aj druhé môžu existovať, trvať i prosperovať, ale nikdy to „nie je to ono".

Tí, ktorí zastávajú názor, že rozumu nie je nikdy dosť, zatiaľ čo veľa citu môže škodiť, navrhujú ako ideálny asymetrický model kompozície rozumu a citu. Podľa tohto modelu by mala kognitívna zložka postoja prevažovať nad afektívnou zložkou. Teda racionálnej zložke by sa nemali klásť medze, no afektívna zložka by mala byť iba dávkovaná. V skutočnosti sa konflikt rozumu a citu nedá riešiť ani represiou, ani dávkovaním, pretože nijaký konkrétny človek nemá bezpečné kritérium, podľa ktorého by sa dalo určiť, čo je „veľa" a čo „málo", a to tak v oblasti rozumu, ako aj v oblasti citu.

Ukazuje sa, že riešenie rozumovo-citových konfliktov v prospech rozumu nespočíva ani tak v zámernom potlačení citov (represia), ba ani v ich dávkovaní, ako skôr v zá-

---

* Podľa autora neplatí „cogito ergo sum", pretože ľudia postihnutí nihilistickým bludom si myslia, že nie sú. Kto trpí, cíti, že existuje. Keby nebol Homo patiens, nebol by ani Homo sapiens, ktorý žije zo skúsenosti prvého.

sade, aby *mal každý emocionálny vzťah k vonkajšiemu alebo vnútornému svetu človeka racionálny základ.* Pretože, ako uvádza Gerstmann (1966, s. 141 a 151), „v niektorých prípadoch smer, ktorý dáva citom úsudok, má prvoradý význam v životnej praxi“, a ak „je rovnováha vnútorného života narušená v neprospech rozumu a triezveho myslenia, vždy hrozí, že sa od umiernených emocionálnych napätí prejde k extrémne prehnanému správaniu, ktoré môže mať katastrofálne následky“.

Zosúladenie afektívnej a kognitívnej zložky postoja tak, aby každému emocionálnemu vzťahu zodpovedal príslušný racionálny základ, utvára najpriaznivejšie predpoklady aj pre premenu mienky alebo postoja na presvedčenie. Teda nie preto je to pravda, lebo to cítim (premena postoja v predsudok), ale pretože je to pravda, mám aj emocionálny zážitok istoty (premena postoja na presvedčenie).

CITY VO VZŤAHU K HODNOTENIU

Zložitosť a špecifickosť podmienok a okolností, za ktorých nastáva premena postoja na presvedčenie, sa nepodarilo presne formulovať, pretože racionálna zložka postoja nie je daná iba poznaním, ale aj hodnotením. Za akých podmienok však pôsobí cit ako afektívna zložka postoja pri premene hodnotiacej zložky postoja, teda mienky na presvedčenie?

Prvou podmienkou premeny hodnotiacej mienky na presvedčenie je *adekvátnosť citových prejavov.* Čo však máme rozumieť pod adekvátnosťou citov vo vzťahu k hodnoteniu? Hodnotenie, aj keď je svojou podstatou racionálnym procesom, sa nevyznačuje až takou zložitosťou rozumových operácií, ktoré by aktivizovali gnostické city v podobe údivu nad jeho výsledkami. Hodnotenie spravidla evokuje inú kategóriu citov ako poznávanie. Keďže to, čo poznáme, nás v zásade nerobí ani dobrými, ani zlými, ale to, ako hodnotíme, nie je ľahostajné morálnemu vedomiu, adekvátnymi citmi pri vzniku hodnotiacej mienky sú predovšetkým morálne city.

Morálne city odrážajú hodnotu podnetu z hľadiska spoločenských noriem. Konanie smerujúce proti záujmom spoločnosti sa hodnotí záporne, a preto aj sprievodné emocionálne prejavy predstavujú morálne záporné city (hanba, márnivosť, strach atď.). Na druhej strane správanie, ktoré prospieva záujmom spoločnosti, pretože sa eticky hodnotí ako kladné, vyvoláva adekvátne morálne city (hrdosť, sebavedomie, spolucítenie a pod.). Osobitosťou morálnych citov je, že nevznikajú spontánne, ale sú výsledkom dlhodobého utvárania charakteru človeka. To zapríčiňuje, že morálne city sa dajú identifikovať nielen podľa svojej formy (láska, nenávisť, žiarlivosť), ale predovšetkým podľa obsahu charakterového uspôsobenia osobnosti (humanizmus, kolektivizmus, súdružstvo, internacionalizmus, česť, dôstojnosť, priateľstvo atď.). Pre city charakterizované formou je príznačná situačnosť, to znamená, že ich „spustenie“ predpo-

kladá nejaký vonkajší alebo vnútorný podnet. Pre charakterotvorné city, pretože sú súčasťou osobnosti, je zasa príznačné, že existujú a trvajú v človeku aj mimo konkrétnych situačných podnetov, ktoré ich iba aktualizujú.

Etické city sú zo všetkých emocionálnych zážitkov človeka najvýraznejším a najbezprostrednejším činiteľom tvorby presvedčenia. Totiž „mravné city a presvedčenia majú rovnaký obsah (aj jedny aj druhé vyjadrujú určitý vzťah k objektu), líšia sa však psychickou formou tohto vzťahu“ (K o n a k o l., 1975, s. 28). Psychická forma vzťahu v podobe *cítenia* je prežívaním niečoho, psychická forma vzťahu v podobe presvedčenia je prežívaním *uistenia* o niečom. V každom uistení je aj cítenie, ale v každom cítení nie je uistenie. Teda „ratio“ je širší pojem ako „emotio“. Čím viac sa nejaká hodnotiaca mienka alebo názor človeka spájajú adekvátnym morálnym citom zodpovednosti, tým viac má tento názor alebo mienka predpoklad, aby sa zmenil na presvedčenie.

Druhá podmienka spolupôsobenia citov pri premene hodnotiacej mienky na presvedčenie spočíva v *zosúladení* racionálneho hodnotenia s jeho emocionálnym prežívaním. Teda tak, ako môže existovať konflikt poznania a citu, môže existovať aj konflikt hodnotenia a citu. Napríklad koľkokrát nám „zdravý rozum“ diktoval, aby sme vystúpili s ostrou kritikou proti tomu, kto si to zaslúži a koľkokrát sme od svojho zámeru upustili. Čo bolo príčinou? Ozval sa v nás cit nesprávne chápaného priateľstva, kolegiality, či to bol strach z možných následkov? Morálne city však nemusia pôsobiť vždy iba záporne na naše hodnotenia; takisto môžu vystupovať aj v úlohe významného etického regulátora. Koľkokrát by bolo naše hodnotenie pod vplyvom sebeckých, subjektívnych a úzko osobných záujmov nespravodlivé a neobjektívne, keby sme pritom vždy znova a znova neprežívali nepríjemný citový zážitok z výčitiek svedomia.

Cit je však nielen regulátorom hodnotenia, ale vystupuje aj ako významný spolufaktor zvnútorňovania hodnôt a tvorby hodnotového systému človeka. Vychádzajúc z faktu existencie spoločenských a individuálnych hodnôt a z faktu, že prechod spoločenských hodnôt na hodnoty individuálne sa realizuje na základe učenia ako celoživotný procesuálny jav, možno proces interiorizácie hodnôt analyzovať (G r á c, 1979, s. 40—42) z hľadiska štyroch kategórií.

1. *Hodnoty nepoznané.* Ide tu o hodnoty existujúce v reálnej alebo ideálnej podobe v spoločenských skupinách, ktoré si určitý subjekt zatiaľ neosvojil. Napríklad učenie je procesuálny jav, a preto si dieťa len postupne osvojuje hodnoty daného sociokultúrneho systému a postupne si k nim utvára aj svoj citový vzťah.

2. *Hodnoty poznané, ale neuznávané.* Mnohé z hodnôt, ktoré jedinec vo svojom spoločenskom prostredí pozná ako hodnoty spoločensky uznávané, ho nemusia osobne priťahovať, a tak vzniká rozpor medzi vlastným a spoločenským hodnote-

ním nejakého javu. Napríklad človek vníma nejaké umelecké dielo alebo predmet úžitkovej potreby ako spoločenskú hodnotu, ale osobne sa týmito vecami osobitne nenadchýna.

3. *Hodnoty uznávané, ale nežela-né.* Mnohé hodnoty uznávajú ľudia nielen preto, že ich uznáva spoločnosť, ale aj preto, že ich uznávajú oni sami. Vedia napr. rozumovo ohodnotiť určitý športový alebo umelecký výkon, ale emocionálne ich tieto hodnoty nijako nepriťahujú. Človek môže rozumom ohodnotiť telesnú krásu alebo duševné kvality (vytrvalosť a statočnosť) bez toho, aby ho citovo priťahovali. Dokonca môže rozumovo uznávať hodnoty a zároveň ich emocionálne odmietať. V takomto prípade hovoríme o konfliktovej fáze zvnútorňovania hodnôt.

4. *Hodnoty želané (priťahujúce).* Takéto hodnoty sa vyznačujú nielen rozumovým zdôvodnením, ale aj kladnou citovou odpoveďou. Z emocionálneho hľadiska sa môžu želané hodnoty presadzovať buď prevažne impresívne, alebo prevažne expresívne. Pri expresívnom spôsobe príťažlivosť určitých hodnôt vyjadruje človek ich tvorbou. Pri impresívnom spôsobe príťažlivosť určitých hodnôt vyjadruje človek zasa ich spotrebou alebo užívaním.

Z toho vyplýva, že nie každá osobne poznaná a uznávaná hodnota má rovnaké šance, aby sa interiorizovala na úrovni osobného presvedčenia. Na to je potrebné, aby človek určité hodnoty nielen poznal a uznával, ale aby ich aj primerane s citom prežíval.

3. PRESVEDČENIE AKO MOTÍV ČINNOSTI

Presvedčovanie nie je iba samoúčelné uisťovanie sa. Človek si totiž neutvára presvedčenie len pre presvedčenie. Každé presvedčenie je intencionálne tým, že je podnetom, ktorý ovplyvňuje ľudskú činnosť. Z toho vyplýva, že presvedčenie je aj významnou jednotkou motivácie ľudskej činnosti. Na túto skutočnosť upozorňuje nielen psychológia,* ale aj etika,** pedagogika*** a ďalšie vedné disciplíny.

Motívom sa v najširšom zmysle rozumie pohnútka k činnosti. Motív však nemožno chápať iba ako pohnútku v energetizujúcom zmysle, t. j. iba ako podnecovanie k činnosti (napr. „chcel by som...“, „urobil by som...“), ale aj ako pohnútku, v ktorej je zahrnutý zmysel podnecovania (teda „chcel by som, pretože...“, alebo „urobím, lebo...“). V motíve ako pohnútke

---

* Napríklad v Pardelovom hypotetickom modeli štruktúry motivácie vystupuje presvedčenie ako motivačná jednotka. Autor (1977, s. 73) ju charakterizuje ako „súbor poznávacích potrieb, ktoré vo forme akceptovaných názorov aktivizujú osobnosť k interakcii v praktickej a teoretickej činnosti“.

** V etike (Kon a kol., 1978, s. 191) sa konštatuje, že „presvedčenie predurčuje činnosť človeka, a tým nadobúda formu motívov, ktorými sa človek vo svojej činnosti riadi“.

*** V pedagogike sú presvedčenia charakterizované ako „... náhľady, ktoré sa stali vnútornými motívmi konania a správania osobnosti“ (Bakoš a kol., 1977, s. 87).

činnosti sa vlastne objasňuje vzťah medzi cieľom činnosti a jej príčinou. Podľa toho, či a do akej miery subjekt pozná vzťah medzi podnecovaním k nejakej činnosti a príčinou tohto podnecovania, hovoríme o uvedomenom a neuvedomenom motíve. Zložitosť vzťahu medzi podnecujúcou, čiže aktivizačnou stránkou motívu a jeho smerovosťou podrobne a názorne vysvetľuje P a r d e l (1977, s. 72) práve vo svojom hypotetickom modeli štruktúry motivácie.

Motív možno chápať v dvoch podobách: *v antecedentnej podobe*, ktorá predchádza niečomu, čiže v takej podobe, v ktorej je pohnútka k činnosti daná iba potenciálne, a v konzekventnej (dôsledkovej) podobe, v ktorej sa pohnútka prejavuje vyvolaním adekvátnej zmeny správania. Psychologicky je blízkym výrazom antecedentnej podoby motívu postoj, jeho pohnútková alebo konatívna zložka. Naproti tomu konzekventnú podobu motívu možno chápať ako realizovanú pohnútku. Medzi obidvoma podobami motívu je úzka súvislosť a nadväznosť v tom zmysle, že aj konzekventná podoba motívu (ešte prv ako vyvolala zmenu správania) musela existovať v antecedentnej podobe. To však vôbec neznamená, že možno obidve podoby stotožňovať, príp. si ich zamieňať, pretože motív ako pohnútka správania nie je to isté ako motív, ktorého pohnútka vedie aj k adekvátnej realizácii správania. Ak sa to v praxi (ale žiaľ aj v teórii) neraz deje, je to to isté, ako keby sme si zamieňali alebo stotožňovali motív „tento obraz si kúpim, lebo sa mi páči“ s motívom „tento obraz som si kúpil, lebo sa mi páčil“.*

Teraz si položme otázku, ako sa presvedčenie prejavuje na zmene alebo utváraní ľudskej činnosti. Odpoveď na túto otázku nie je jednoduchá. Totiž aj výrok „som presvedčený, že tento obraz si kúpim, lebo sa mi páči“, ktorý je založený na uistení, neznamená ešte to isté, čo znamená realizácia zámeru. Napríklad mnohí ľudia sú maximálne uistení o správnosti určitého správania alebo konania, lenže k realizácii sa „akosi“ nedostávajú. Znamená to, že presvedčenie existujúce

---

* Prechod antecedentnej podoby motívu do konzekventnej podoby však nie je jednoduchým prechodom. Tým sa odlišuje motivované správanie od impulzívneho alebo spontánneho správania. Medzi antecedentnou a konzekventnou podobou motívu leží *aktualizačná fáza*, v ktorej potencionálna podoba pohnútky prechádza do podoby realizovanej pohnútky, čiže zo stavu možnosti do stavu *reálnej existencie*. Aktualizačnú fázu motívu možno vo verbálnych vyjadreniach identifikovať s výrokmi, ktoré vyjadrujú procesuálnu stránku činnosti. Teda na rozdiel od výrokov „chcem si kúpiť, lebo...“, alebo „kúpil som si, lebo...“, tu ide o výrok „kupujem si, lebo...“. Toto zároveň naznačuje, že určenie hranice medzi antecedentnou podobou motívu a konzekventnou podobou motívu nie je také jednoduché. Už myšlienková aktualizácia vždy obsahuje viac či menej aj realizáciu, teda aj to, čo nazývame konzekventnou podobou motívu. Pochopiť toto všetko a zároveň sa v tom vyznať však nie je možné, ak namiesto uvažovania v pojmoch a kategóriách motivácie činnosti uvažujeme iba v rozsahu bežných pojmov klasickej kartenziánsko-lockeovskej psychológie, t. j. iba v pojmoch motivácie správania (L e o n t i e v, 1979, s. 78).

iba v podobe antecedentného motívu nemá nijakú hodnotu, čiže je bezvýznamné? Je to otázka, na ktorú nemôžeme odpovedať iba na základe izolovanej analýzy pojmu presvedčenia alebo pojmu motív. Tu treba vziať do úvahy aj také pojmy, ako sú „správanie", „konanie", „činnosť" — teda pojmy, pomocou ktorých vysvetľujeme úlohu a význam presvedčenia ako motivačnej jednotky.

Správanie je široký pojem, ktorý zahrnuje všetky prejavy jedinca od fyziologických zmien a pohybu kostrového svalstva až po zložitú ľudskú činnosť. Užším pojmom je konanie, ktorým sa označuje činnosť s vedomým cieľovým charakterom (H o m o l a, 1972, s. 1). Správanie je jednak vonkajšie (pozorovateľné), jednak vnútorné, tzv. prežívanie alebo expresívne správanie. Týmto sa dostávame k dvom základným dimenziám psychiky, ktoré sú v západnej psychológii predmetom rozličných redukcionistických interpretácií: napr. za reálne sa pokladá iba vonkajšie správanie, pretože je objektívne zachytiteľné (behaviorismus), zatiaľ čo vnútorné správanie je prístupné iba introspektívnemu skúmaniu, keďže je pred vonkajším pozorovateľom skryté. Samozrejme, psychológia sa nemôže zmocniť vnútorných prejavov správania tak bezprostredne ako prejavov vonkajších. Vyžaduje si to sprostredkované prenikanie do prežívania a vedomia človeka. Ako hovorí P e t r o v s k i j (1970, s. 50), „predmetom psychológie je vnútorný svet človeka . . ., t. j. psychické procesy skryté za vonkajším správaním". Metodologický základ k sprostredkovanému prenikaniu cez vonkajšie správanie ku skrytým psychickým procesom spočíva práve v analýze ľudskej *činnosti*.

V marxistickej psychológii sa k analýze vonkajšieho a vnútorného pristupuje dialekticky. Východiskom a základom analýzy je kategória činnosti. Každá ľudská činnosť je totiž genetickým pojmom vonkajšieho a vnútorného, objektívneho a subjektívneho v správaní človeka. Psychická činnosť má spoločenský charakter a určujú ju spoločenské životné podmienky. Vývojom sa ľudská psychická činnosť diferencuje na vonkajšiu a vnútornú. „Teda činnosť, ktorá je vnútorná podľa svojej formy a vzniká z vonkajšej praktickej činnosti, sa od nej neoddeľuje a neumiesťuje sa na ňu, ale zachováva si s ňou principiálne a pritom obojstranné spojenie . . .", pretože *„vonkajšia a vnútorná činnosť majú rovnakú, spoločnú štruktúru"* (L e o n t i e v, 1979, s. 79). Odhalenie jednotnosti ich stavby je „jeden z najväčších objavov súčasnej psychológie" (tamtiež, 1979, s. 79).

Ak platí, že vonkajšia a vnútorná činnosť majú rovnakú štruktúru a ak platí, že činnosť, správanie a vedomie, aj keď nie sú totožné, predstavujú organický celok (P a r d e l, 1977, s. 118), potom treba prijať ako fakt aj tú skutočnosť, že v súvislosti s presvedčením nemožno jeho motivačnú hodnotu odvodzovať iba z prejavov vonkajšieho správania. Z hľadiska dialektiky ľudskej činnosti vonkajšie a vnútorné tvoria jednotu — navzájom sa prelínajú a

podmieňujú. Na druhej strane, keďže obidva prejavy ľudskej činnosti nemožno zamieňať ani stotožňovať, sú vonkajšie a vnútorné prejavy zároveň významným indikátorom motivačnej hodnoty presvedčenia, a to či už v jeho antecedentnej, alebo konzekventnej podobe.

PRESVEDČENIE A VNÚTORNÁ ČINNOSŤ

Vnútornou činnosťou človeka rozumieme racionálne správanie a konanie, ktoré je charakteristické tým, že človek neoperuje s reálnymi vecami prostredníctvom reálnych pohybov, ale používa na to mozgové dynamické modely.

Ak platí, že presvedčenie začína mať intencionálny charakter, teda stáva sa potencionálnym motívom ďalšej činnosti človeka, musí to platiť už aj pri kompozične najjednoduchších presvedčeniach. Takýmto kompozične najjednoduchším presvedčením je *mienka*, v ktorej sa niečo iba identifikuje, napr. „som presvedčený, že toho človeka poznám“. Kompozične je náročnejšie presvedčenie založené na *hodnotiacom postoji*, napr. „Jozef je lepší ako Ján“. Ešte zložitejšie je presvedčenie, v ktorom sa niečo *anticipuje*, napr. „som presvedčený, že Slovan to vyhrá“ a pod.

Napriek tomu, že ani jeden z týchto výrokov nebol uvedený slovami „chcem“, „rozhodol som sa“, „túžim“ a pod., teda takými slovami, ktoré v sebe zahrnujú pohnútku správania, predsa (pretože tu ide o presvedčenie) majú výroky v tejto podobe charakter *antecedentného* motívu, t. j. vystupujú ako potencionálny motív správania. Napríklad uistenie sa, že určitého človeka poznáme, môže byť pohnútkou na vyvolanie rozličných psychických procesov v podobe úvah („prihovoriť sa mu, alebo neprihovoriť sa mu“), ale môže byť aj pohnútkou, ktorá v nás oživí rozličné spomienky na zabudnuté udalosti, príp. nám pripomenie rozličné záväzky, a tým vyprovokuje aj príslušné rozhodnutia. A to už nehovoríme o kompozične zložitejších presvedčeniach, napr. o hodnoteniach, ktoré ešte viac motivujú človeka k rozličným myšlienkovým procesom v podobe rozhorčenia alebo uspokojenia, alebo o presvedčeniach, ktoré provokujú predvídanie, rozpomínanie, nápady, dohady a pod. Čo je to úvaha, spomienka, rozhodnutie, rozhorčenie, rozpaky, uspokojenie alebo nápad, ktoré boli v človeku vyvolané jeho presvedčením?

Po prvé je to dôkaz, že presvedčenie ako potencionálny motív vnútornej činnosti sa stalo zároveň príčinou tejto činnosti. Inými slovami, je to dôkaz, že dané presvedčenia nejestvujú iba v podobe antecedentného motívu, ale zároveň nadobúdajú aj podobu *konzekventného* motívu. Nemajú teda pravdu tí, ktorí tvrdia, že motív sa môže stať príčinou zmeny správania alebo konania iba vo vonkajšej činnosti človeka. Ak sa totiž presvedčenie nerealizuje vo vonkajšej činnosti, realizuje sa vždy vo vnútornej činnosti.

Po druhé je to dôkaz, že neexistuje presvedčenie bez motívu, ale neexistuje ani motív presvedčenia

bez činnosti.* Nemajú teda pravdu ani tí, ktorí tvrdia, že presvedčenie sa môže, ale nemusí prejaviť činnosťou. Každé presvedčenie, ak sa už sformovalo, vždy ovplyvňuje správanie alebo konanie človeka.

Ak si subjekt uvedomuje vzťah medzi cieľavedomou vnútornou činnosťou a presvedčením, ktoré je pohnútkou jeho činnosti, hovoríme o motivácii vnútorného *konania.* V psychike človeka však prebiehajú mnohé rozumové činnosti, ktoré sú motivované presvedčeniami, ale subjekt si ich často ani neuvedomuje. Ak človek nepozná vzťah medzi presvedčením a z neho vyplývajúcimi následnými psychickými operáciami, hovoríme o motivácii vnútorného *správania.*

PRESVEDČENIE A VONKAJŠIA ČINNOSŤ

Vonkajšia činnosť je plánovaná vždy vnútornou činnosťou a skladá sa zo špecificky ľudského pôsobenia na reálne veci, čo sa uskutočňuje pohybom rúk, nôh, prstov (Rozentaľ a kol., 1977, s. 82).

Presvedčenie sa stáva motívom vonkajšej činnosti vtedy, keď vo svojej antecedentnej podobe obsahuje také tvrdenie, ktorého uskutočnenie predpokladá aktivitu vonkajšej — prejavovej stránky ľudského správania alebo konania. Potvrdzujú to napr. výroky „som presvedčený, že iba svedomitým a sústavným štúdiom môžem úspešne absolvovať školu“ alebo „som presvedčený, že len pravidelná každodenná gymnastika mi zabezpečí dobrú telesnú kondíciu“.

Osobitosť presvedčenia ako motívu vonkajšej činnosti (na rozdiel od vnútornej) je v tom, že jeho antecedentná podoba sa nemusí vždy presne a dôsledne prejaviť aj v konzekventnej podobe, teda ako príčina zmeny vonkajšieho správania. To znamená, že medzi presvedčením ako vnútorným potencionálnym motívom, ktorý si vyžaduje určitú zmenu vonkajšej činnosti, a aktualizovaným motívom môže byť nielen súlad, ale aj väčšia či menšia diskrepancia. Konštatovanie diskrepancie však neznamená, že presvedčenia, ktoré sú zamerané na zmenu vonkajšej činnosti (ak už vznikli a sformovali sa), nemajú schopnosť ovplyvňovať činnosť človeka.

Je to preto, že presvedčenie ako potenciálny motív zmeny činnosti sa vždy stáva aktualizovaným motívom vnútornej psychickej činnosti človeka, čiže nadobúda konzekventnú podobu. Napríklad existencia presvedčenia o tom, že iba usilovným štúdiom možno absolvovať školu, alebo len pravidelnou gymnastikou si možno zachovať telesnú kondíciu, neustále núti každého, kto k takémuto uisteniu dospel, aby uvažoval, skúmal, analyzoval a robil myšlienkové anticipácie, plány a programy, ako by to, čo vyznáva a k čomu sa hlási, aj prakticky realizoval.

---

* Podľa Leontieva (1979, s. 80) je „pojem činnosti nevyhnutne spojený s pojmom motív. Niet činnosti bez motívu: „nemotivovaná činnosť — to nie je činnosť bez motívu, ale je to činnosť so subjektívne a objektívne skrytým motívom“.

Práve kategória činnosti upozorňuje na dialektickú spätosť vnútorného a vonkajšieho v správaní človeka. Teda aj v myslení vychádza človek nielen z vonkajších podnetov, ale usiluje sa aj o to, aby to, k čomu vo svojich úvahách dospel, nielen preveroval praxou, ale aj presadzoval v praktickej činnosti. Teda ak niekto na základe svojho presvedčenia uvažuje, skúma, analyzuje a vykonáva rozličné myšlienkové anticipácie, nie je možné, aby sa táto jeho vnútorná psychická činnosť zároveň nemateriálizovala navonok. Napríklad tým, že pozornejšie študuje, číta, počúva, príp. diskutuje o všetkom, čo súvisí s jeho presvedčením. Dokonca ani vtedy, keď v súvislosti s motívom svojho presvedčenia nevykonal viac ako to, že sa svojej pohnútke venoval v myslení, ktoré (keďže prebieha v čase) spôsobilo, že nerobil niečo iné, čo by inak bol robil, alebo nešiel tam, kde by pôvodne mal, aj tak sa jeho potencionálna pohnútka — antecedentný motív — čiastočne aktualizovala vo vonkajšej činnosti.

*

Analýza tejto problematiky z hľadiska ľudskej činnosti ukázala, že za určitých podmienok, napr. pri pôsobení presvedčenia, sa môže potencionálny motív premeniť na konzekventný motív už v oblasti vnútornej činnosti človeka. V súvislosti s motivačným pôsobením presvedčenia platí, že každá realizácia potencionálnej pohnútky vo vnútornej činnosti sa viac či menej odráža aj vo vonkajšej činnosti. Teda pôsobenie presvedčenia v podobe potencionálneho motívu má svoju hodnotu aj význam, pretože i v takejto podobe je vždy činiteľom, ktorý ovplyvňuje ľudskú činnosť.

Téza, že ukazovateľom motivačnej sily presvedčenia človeka je to, do akej miery ho vie jeho nositeľ uplatňovať vo svojej praktickej činnosti, je mimo diskusie a stala sa východiskom pre zostavovanie rozličných kritérií diagnostikovania presvedčovania v praxi (Žuravlev, 1976, s. 19). Súčasne si treba uvedomiť, že medzi presvedčením a konaním človeka neexistuje nijaký jednoznačný vzťah. Neraz nadobúda presvedčenie motivačnú hodnotu aj vtedy, keď sa neprejaví adekvátnou vonkajšou činnosťou, ba dokonca aj vtedy, keď existuje iba v antecedentnej podobe. Osobitne to platí o presvedčeniach etického charakteru. Napríklad pri hodnotení ľudí sa často stretávame so žiadúcim konaním, ktoré nemôžeme nazvať mravným iba preto, že mu chýba príslušná mravná motivácia. Stretávame sa však aj s prípadmi, keď sa mravné konanie neprejaví žiadúcim efektom vo vonkajšej činnosti (napr. neúspešná záchranná akcia s nasadením vlastného života) a predsa si človek vyslúži vysoké morálne ocenenie, ak bolo motívom jeho činnosti mravné presvedčenie. V kontexte tohto nachádza hlbší zmysel aj téza Nejmarka, že „za mravne vychovaného treba pokladať nie toho, kto môže konať mravne, ale toho, kto nemôže konať nemorálne“ (Petrovskij a kol., 1977, s. 226). Táto skutočnosť naznačuje, že posudzovanie motivačnej sily presvedčenia podľa aktuál-

nej vonkajšej činnosti človeka je zložitý proces, pretože v ňom majú význam (hodnotu) nielen tie pohnútky, ktoré sa prejavili v aktuálnom konaní, ale aj pohnútky, ktoré sa zatiaľ ešte neprejavili, príp. sa neprejavili v úplnej či primeranej podobe.

III.
PERSUÁZIA AKO KOMUNIKAČNÝ PROCES

V presvedčovacej metóde má ústredné postavenie *slovo*, a preto je nevyhnutné, aby si každý, kto si objasňuje účinnosť pôsobenia tejto metódy, zároveň objasňoval aj podmienky účinnosti slova ako základného prostriedku presvedčovania. V minulosti sa poznatky o účinnosti slova, najmä v rétorickej komunikácii často formulovali iba do duchaplných aforizmov. Napríklad „veľa hovoriť a veľa povedať nie je to isté“ (H o m é r), „najviac hovoria ľudia vtedy, keď nemajú čo povedať“ (P o w l), „človek sa vyjadruje jasne, ak ho ovláda myšlienka a ešte jasnejšie, ak on ovláda myšlienku“ (B e l i n s k i j). Moderná psychológia sa usiluje poznatky o účinnosti slova formulovať v podobe vedeckých poučiek alebo pravidiel. Na základe týchto poznatkov (často experimentálne alebo inak empiricky vyvodených) sa potom utvára celá zložitá mozaika predpokladov účinnosti slova aj v oblasti persuáznej komunikácie.

Netreba zdôrazňovať, že prvým predpokladom účinnosti slova v procese presvedčovania je jeho *pravdivosť*. Podľa francúzskeho psychológa J. F. L e N y „sú slová účinné vtedy, keď sú v súlade so skutočnosťou, na ktorú ľudia narážajú vo svojej skúsenosti“ (L e N y, 1963, s. 150). Okrem tohto je však účinnosť slovného pôsobenia podmienená aj rozličnými *sémantickými* predpokladmi, ktoré súvisia s chápaním významu a zmyslu slova. Význam a zmysel toho istého slova totiž nie sú vždy totožné. O čo tu ide?

Sémantika rozlišuje medzi oblasťou *predmetov* vonkajšieho prostredia a oblasťou *mien*, ktorými sa tieto predmety nazývajú alebo označujú. Oblasť predmetov má dve stránky: každý predmet charakterizujú určité vlastnosti a každý predmet sa spája s inými predmetmi tak, že utvára sústavu reálnych vzťahov. Oblasť mien (názvov) možno analyzovať takisto z dvoch aspektov. Na jednej strane hovoríme o *význame mena* — je daný označením určitého predmetu určitým znakom, a na druhej strane hovoríme o *zmysle mena*, ktorý je daný vzťahmi. Teda zatiaľ čo je význam

slova daný jeho lexikálnou definíciou, ktorá vyjadruje objektívny konsenzus, čiže konvenčný obsah, zmysel slova je určovaný kontextom vzťahov. Podľa Puškina (1974, s. 168) „môže mať jazykový výraz celkom odlišný zmysel podľa toho, do akého systému vzťahov sú zapojené predmety označené týmto výrazom".

Lee (1966) uvádza síce z hľadiska rozsahu platnosti problematické, ale komunikačne nepochybne zaujímavé jazykové príklady, keď sa vraj aj jednoduchý výraz „prísť načas" môže v rozličných etnikách chápať v časovej tolerancii od jednej minúty až po jednu hodinu, ba aj dlhšie.*

Táto problematika je komplikovaná aj tým, že zmysel slova nie je odvodený iba zo vzťahov, ktoré objektívne existujú medzi pomenovanými predmetmi, ale je daný aj subjektívnym odrazom týchto vzťahov k jedincovi, teda odrazom, ktorý môže byť aj v rámci toho istého etnika alebo kultúry značne individualizovaný. Spolu s Leontievom (1966) môžeme teda konštatovať, že zatiaľ čo „význam je odraz skutočnosti, nezávislý od individuálneho osobnostného vzťahu k nej, človek nachádza už hotovú, historicky vzniknutú sústavu významov a osvojuje si ju tak, ako si osvojuje nástroj — tento materiálny predobraz významu (Křivohlavý, 1977, s. 121), zmysel slova je určený prežívaním jeho významu z hľadiska osobnej histórie človeka či individuálneho osobnostného vzťahu človeka k predmetu (to isté slovo vyvoláva u rozličných ľudí rozličné zážitky, predstavy, motívy, potreby alebo ašpirácie).

Zo skutočnosti, že každé slovo (meno, názov, označenie) možno chápať nielen z hľadiska jeho významu, ale aj z hľadiska jeho zmyslu, vyplýva, že dvaja ľudia si nemusia vždy celkom dobre rozumieť ani vtedy, keď je ich jazyk (lexika, gramatika i syntax), ktorým rozprávajú, u obidvoch rovnaký. Následkom „dvojaspektovosti" chápania slov sa neraz stáva, že aj bežné a veľmi frekventované slovné označenie, napr. práca, láska, sloboda, spravodlivosť a iné, môžu mať u rozličných ľudí celkom odlišný pojmový obsah.

Tieto skutočnosti predstavujú vážny problém pri dorozumievaní ľudí, a to najmä pri takých spôsoboch ich vzájomného ovplyvňovania, ktoré využívajú prevažne jazykové prostriedky (ako je to práve pri presvedčovaní). Pri riešení tohto problému však už dnes nevystačíme iba s tradičnými poznatkami lingvistiky. To, čo sa dlho pokladalo iba za logický a lingvistický problém, je

*

Tolerancia v chápaní výrazu „prísť načas"

Prísť na minútu	15 minút neskôr	30 minút neskôr	45 minút neskôr	1 hodina neskôr	možno vôbec neprísť
Švajčiarsko Škandinávia	USA	Francúzsko Švajčiarsko	Taliansko Švajčiarsko	Brazília	Jawa Columbia

v skutočnosti aj problémom psychologickým.

Psychológia vychádza pri objasňovaní týchto otázok z *teórie komunikácie*. Komunikáciu ako základnú zložku interakcie medzi ľuďmi možno charakterizovať ako výmenu významu a zmyslu znakov medzi ľuďmi vzájomne na seba pôsobiacimi. Špecifický prístup psychológie k teórii komunikácie v porovnaní s inými vednými disciplínami (jazykovedou, kybernetikou) je v tom, že za komunikovanou informáciou sa psychológia usiluje odhaliť nielen to, čo je na povrchu, ale aj to, čo sa v nej z hľadiska vzájomného *vyjavovania* komunikujúcich osôb skrýva. Totiž pri vzájomnej komunikácii neodpovedáme len na slová, ktoré počujeme, ale vždy „počúvame medzi riadkami", „načúvame tretím uchom", akoby sme sa pokúšali dostať tretej osobe „pod kožu" (K r e c h a k o l., 1968, s. 328). Psychológia teda nechce odhaliť iba to, čo sa hovorí (vecný obsah), ale odhaľuje aj to, v akom duchu sa hovorí (osobný zámer). K ř i v o h l a v ý (1977, s. 99) píše v tejto súvislosti o dvoch stránkach spoločenského zdôverovania sa, ktoré spočívajú nielen vo vzájomnom porozumení, ale aj vo vzájomnom pochopení. Preto sa psychológia pozerá na komunikáciu nielen ako na jednoduchý chod správ, ale aj ako na prostriedok objavovania osobnej stránky a „záblesko v" vnútornej „spolupatričnosti" diskutujúcich osôb.

Pri odhaľovaní významu a zmyslu znakov vychádza psychológia z toho, že slová, ktoré si ľudia medzi sebou vymieňajú, majú nielen denotatívnu, ale neraz aj konotatívnu funkciu. *Denotácia* (od lat. denoto, -are — ukazovať na niečo, naznačovať, narážať na niečo) označuje predmetnú stránku, teda predmet, o ktorom sa hovorí. Denotáciou rozumieme stotožnenie slovného označenia s tým, čoho sa týka, alebo na čo sa zameriava. Možno to povedať aj tak, že denotatívna funkcia slov spočíva v tom, že svojím objektívnym opisným charakterom zastupujú konkrétnu skutočnosť, na ktorú sa vzťahujú. Napríklad jazyk matematiky, ale aj odborná terminológia iných vedných disciplín sa formujú ako výlučne denotatívny, čiže vecný jazyk. Naproti tomu v jazyku, ktorý používajú ľudia vo svojom bežnom spoločenskom styku, má väčšina slov okrem denotatívnej funkcie aj *konotatívnu funkciu.* Konotatívna funkcia slov sa spája s vnútorným prežívaním jedinca, jeho náladami, hodnoteniami, tendenciami ku konaniu, postojmi, predstavami atď.

Nielen konotatívne, ale aj denotatívne komponenty určitého pojmu môžu vyvolať — ako na to upozorňuje K l a u s (1965) vo svojom diele „Sila slova" — významové rozdiely, ktoré ovplyvňujú dorozumievanie medzi ľuďmi.

1. ANALÝZA ZROZUMITEĽNOSTI TERMÍNOV

Je známe, že pri vymedzovaní odbornej terminológie jednotlivých vedných disciplín sa významy základných pojmov daného odboru definujú predovšetkým z vecného hľa-

Tab. 2. *Údaje o denotatívnej analýze východiskových termínov persuázie*

	Východiskové formy	Lingvistické údaje		Psychologické údaje	
		lexika termínov	relatívna frekvencia	špecifické vymedzenie	širšie vymedzenie
1.	presvedčenie	presvedčenie	30	psychický stav alebo vlastnosť	ovplyvnenie vyplývajúce z uistenia niekoho o niečom
		presvedčený	4		
2.	presvedčivosť	presvedčivosť	2	exteriorizačný osobnostný faktor	individuálna schopnosť ovplyvňovať niekoho svojím presvedčením
		presvedčivý	3		
		presviedčavý	—		
		presvedčivo	6		
		presvedčovací	—		
3.	presvedčiteľnosť	—	—	interiorizačný faktor	individuálna disponovanosť nechať sa ovplyvňovať presvedčovaním
		presvedčiteľný	—		
4.	presvedčovanie	—	—	regulačný psychický proces	ovplyvňovanie smerujúce k uisteniu niekoho o niečom
		presvedčiť	91		
		presvedčovať	4		
		presviedčať	11		
5.	sebapresvedčovanie	—	—	autoregulačný psychický proces	ovplyvňovanie seba samého smerujúce k uisteniu o niečom
		presvedčiť sa	91		
		presvedčovať sa	4		
		presviedčať sa	11		

diska, t. j. v *jazyku,* ktorý je *špecifický* pre daný odbor. Osobitosťou špecifického jazyka je, že je významovo presnejší (napr. formalizovaný jazyk v logike). Na druhej strane je však jeho komunikatívnosť spravidla veľmi obmedzená, pretože sa môže používať iba v užšom kruhu „zasvätených" špecialistov daného odboru. Nijaká vedná disciplína nie je však uzavretá iba do seba, pretože musí vychádzať z praxe a aj nadväzovať na potreby praxe. Preto musí každý vedný odbor výsledky svojich bádaní formulovať aj vo „všeobecnom" jazyku. Konfrontácia všeobecného lexikálneho chápania významu určitého slova s jeho odborným vymedzením je aj jedným z východísk denotatívnej analýzy. Táto analýza odhaľuje, do akej miery sa pri používaní tých istých slov ich významy zhodujú alebo odlišujú.

V našom prípade sa denotatívnou analýzou pokúsime objasniť rozsah komunikatívnosti základných termínov persuázie v ich psychologickom vymedzení. Keďže sú východiskové odborné termíny persuázie zväčša totožné so slovami, ktoré sa bežne používajú v hovorovej alebo spisovnej slovenčine, pri denotatívnej analýze nám pôjde predovšetkým o to, či sa význam, ktorý v tejto práci pripisujeme určitému odbornému termínu, kryje s jeho všeobecným jazykovým vymedzením (tab. 2). Z tabuľky vyplýva, že východiskové pojmy presvedčovania predstavuje päť odborných termínov. Stĺpec o lingvistických údajoch informuje, k akým slovným korelátom (z hľadiska existujúcich hesiel spisovnej slovenčiny) sa jednotlivé termíny viažu a aká je relatívna frekvencia týchto slovných korelátov.*

Najviac slovných korelátov sa viaže na termín *presvedčivosť* a najmenej na termín *presvedčiteľnosť.* Z hľadiska výskytu v jednotlivých štylistických skupinách spisovného jazyka sa najčastejšie zjavuje slovo *presvedčiť sa* (relatívna frekvencia 91) a slovo *presvedčenie* (relatívna frekvencia 30). Obidva pojmy patria do jadra slovnej zásoby a tvoria lexikálny štandard. Pomerne vyššia frekventovanosť slovesa *presvedčiť sa* pred podstatným menom *presvedčenie* naznačuje, že v spoločenskej interakcii majú ľudia trikrát viac do činenia s procesom ako s jeho výsledkom, t. j. častejšie presvedčujú, ako konštatujú, že niekto je presvedčený. Tabuľka ďalej ukazuje, že pre niektoré odborné termíny (presvedčiteľnosť, presvedčovanie a sebapresvedčovanie) sa v slovníkoch ani nenachádzajú identické tvary príslušného hesla. Pri niektorých heslách zasa chýba údaj o relatívnej frekvencii, to znamená, že ich opakovateľnosť je taká nízka, že sa nedostali ani do frekvenčného slovníka. Údaje o frekvencii zvratných a nezvratných slovies nie sú zasa v slovníku diferencované, a preto ich pravdepodobný výskyt v jednom alebo druhom tvare znázorňujeme v stĺpci „relatívna frekvencia" obojstrannou šípkou.

V ďalších dvoch stĺpcoch sú psy-

---

* Pri uvádzaní lingvistických údajov sme sa opierali o slovník Slovenského jazyka (SAV — III. diel, 1963) a o frekvenčný slovník J. Mistríka (1969).

chologické údaje, ktoré stručne informujú nielen o špecifickom, ale aj o širšom vymedzení východiskových termínov persuázie. Na základe všetkých týchto údajov možno zisťovať, ako slovníkové vymedzenie určitého termínu persuázie korešponduje s jeho odborným vymedzením.

Prvý termín *presvedčenie*, ktorým sa zo špecifického psychologického hľadiska rozumie psychický stav alebo psychická vlastnosť, sme si v širšom odbornom vymedzení charakterizovali ako ovplyvnenie vyplývajúce z uistenia niekoho o niečom. Lexika termínu presvedčenie je vymedzená slovami: „ustálený", „pevný vlastný názor", „viera", „zmýšľanie"; lexika termínu *presvedčený* je vymedzená zasa slovami „majúci istotu v niečom", „majúci pevný názor", „byť si istý niečím". Z porovnania odborného vymedzenia týchto termínov s ich slovným vymedzením vyplýva, že obidve definície si v podstate neprotirečia, a preto sa nepredpokladá, že by sa mohli chápať protikladne.*

Druhý východiskový termín *presvedčivosť*, ktorým sa zo špecifického psychologického hľadiska vyjadruje exteriorizačný osobnostný faktor, je v širšom odbornom vymedzení charakterizovaný ako individuálna schopnosť ovplyvňovať presvedčením druhú osobu. Lexika tohto termínu je relatívne širšia; slovníkové vysvetlenie príslušných hesiel však v podstate neodporuje vymedzeniu psychologickému. Ani tu teda nemôžeme očakávať vážnejšie problémy pri jeho používaní. To isté možno povedať aj o treťom pojme *presvedčiteľnosť*. V psychologickom chápaní ide o interiorizačný osobnostný faktor, ktorý znamená určitú individuálnu disponovanosť človeka nechať sa ovplyvňovať presvedčovaním (podľa slovníka „presvedčiteľný" — človek, ktorého možno presvedčiť).

Štvrtý východiskový termín *presvedčovanie*, ktorým sa zo psychologického hľadiska vyjadruje regulačná, a teda procesuálna stránka získavania presvedčenia, sme v širšom odbornom vymedzení charakterizovali ako ovplyvňovanie smerujúce k uisteniu niekeho o niečom. V jazykových slovníkoch sa nestretávame s identickým heslom, no termín je vyjadrený slovným ekvivalentom a síce slovesom *presvedčiť*, ku ktorému sa súčasne viažu dvojice *presvedčovať* i *presviedčať*. Významové objasnenie týchto slov (dokázať niekomu správnosť, pravdivosť niečoho, dôvodením, presviedčaním; získať niekoho pre istý názor) upozorňuje, že ani tu nenachádzame pojmové protikladnosti medzi odborným a jazykovým chápaním termínu presvedčovanie.

Problematickejšia situácia však vzniká pri konfrontácii termínu *sebapresvedčovanie*, ktorým sa z psychologického hľadiska rozumie autoregulačná stránka formovania presvedčenia. Tento termín sa však v príslušnej slovnej lexike nenachá-

---

* V lexike sa však nenachádza slovo *presvedčenosť*, ktorým sa v špecifickom psychologickom vymedzení rozumie významná psychická osobnostná a charakterová vlastnosť človeka.

dza. Jeho najbližším ekvivalentom je zvratné sloveso *presvedčiť sa*, a to opäť so svojimi vidovými dvojicami *presvedčovať sa* i *presviedčať sa*. So slovesami *presvedčiť sa* i *presvedčovať sa* sa však stretávame aj pri presvedčovaní niekým iným. Pripomeňme si, že presvedčovanie predpokladá zúčastnenú aktivitu presvedčovaného. Z toho vyplýva, že spomenuté zvratné slovesá sa môžu vyskytovať nielen pri sebapresvedčovaní (autoregulačný proces), ale aj pri presvedčovaní niekoho o niečom (regulačný proces).

Práve pri používaní spomínaných slovies zisťujeme, že všeobecné jazykové vysvetlenie ich významu sa dosť výrazne odlišuje od ich psychologického chápania. Napríklad zatiaľ čo v širšom odbornom vymedzení pod termínom sebapresvedčovanie rozumieme ovplyvňovanie seba samého smerujúce k uisteniu o niečom, slovníkové vysvetlenie zvratného slovesa presvedčiť sa znamená nielen „na základe vlastnej skúsenosti nadobudnúť istotu“, ale aj „overiť si niečo, zistiť si skutočný stav niečoho“. Overovanie alebo zisťovanie niečoho sú však pojmy, ktoré sa viažu skôr k poznávaciemu ako k presvedčovaciemu procesu. Totiž na rozdiel od presvedčovania, ktoré je dlhodobým procesom, overovanie je spravidla časovo nenáročné a neraz stačí zaktivizovať jednoduché zmyslové poznanie alebo iba elementárne myšlienkové operácie. V slovníku Slovenského jazyka to dokazuje aj objasnenie prostredníctvom príkladov: „Sám sa o tom presvedčil na vlastnej koži.“ (Ľ. Zúbek), „Matka sa ešte vráti presvedčiť sa, či dobre zavrela.“ (J. Alexy), „Ak neveríte, môžete sa na vlastné oči presvedčiť.“ (Fr. Kráľ), „Tu i tam ich (oči) pootvoril, aby sa presvedčil, či všetko spí.“ (J. Horák).

Z toho, čo sme uviedli, vyplýva, že ľudia môžu mať na mysli pri používaní tých istých termínov pojmy s pomerne odlišným obsahom, teda s rozdielnym významom (bez toho, aby si to uvedomili). Niektorí môžu termín presvedčovanie chápať iba ako výraz na označenie formovania uistenosti, ktorá má neraz charakter osobnej etickej hodnoty, iní môžu presvedčovanie chápať iba ako prostriedok na utváranie uisteného poznania, ktoré spočíva v overení znalostí.

Ani netreba zdôrazňovať, ako nežiadúco sa takéto „dvojité chápanie“ jedného pojmu prejavuje v spoločenskej praxi, keď mnohí namiesto toho, aby presvedčovanie chápali predovšetkým ako výchovné pôsobenie zamerané na charakterové utváranie osobnosti človeka, vidia v ňom iba vzdelávací proces zameraný na odovzdávanie presne zdôvodnených a overených poznatkov; v skutočnosti teda nepresvedčujú, t. j. neformujú, ale iba informujú.

Zistenie, že zvratné sloveso presvedčiť sa je vlastne homonymom, t. j. slovom, za ktorým sa skrývajú prinajmenšom dva celkom odlišné významy, upozorňuje, že takto odlišne sa môžu v medziľudskej komunikácii chápať aj iné východiskové pojmy persuázie. Totiž sloveso presvedčiť sa nie je iba korelátom termínu sebapresvedčovanie, ale je aj korelátom termínu presvedčovanie, pretože (ako sme už

na to upozornili) sa vyskytuje tak pri autoregulačnom, ako aj pri regulačnom procese. Okrem toho „dvojité chápanie“ slova presvedčiť sa môže mať za následok aj dvojité chápanie odborného termínu presvedčenie. Ak sa totiž viacvýznamovo chápe proces, teda vznikanie niečoho, spravidla viacvýznamovo sa chápe i výsledok tohto procesu. Fakt, že tieto homonymné aspekty nezachytáva Slovník slovenského jazyka, možno vysvetliť odbornou nerozpracovanosťou terminológie persuázie.

Tento problém sme sa pokúsili riešiť aspoň čiastočne diferencovaným uplatňovaním slov vidovej dvojice presvedčovanie — presviedčanie. Konkrétne vznik uistenia o niečom, keďže odráža procesuálnu stránku utvárania náhľadu, vyjadrujeme termínom *presvedčovanie.* Na druhej strane istotu v poznaní, ktorá vyplýva iba z jednoduchého overenia si niečoho, vyjadrujeme kratším termínom *presviedčanie.*

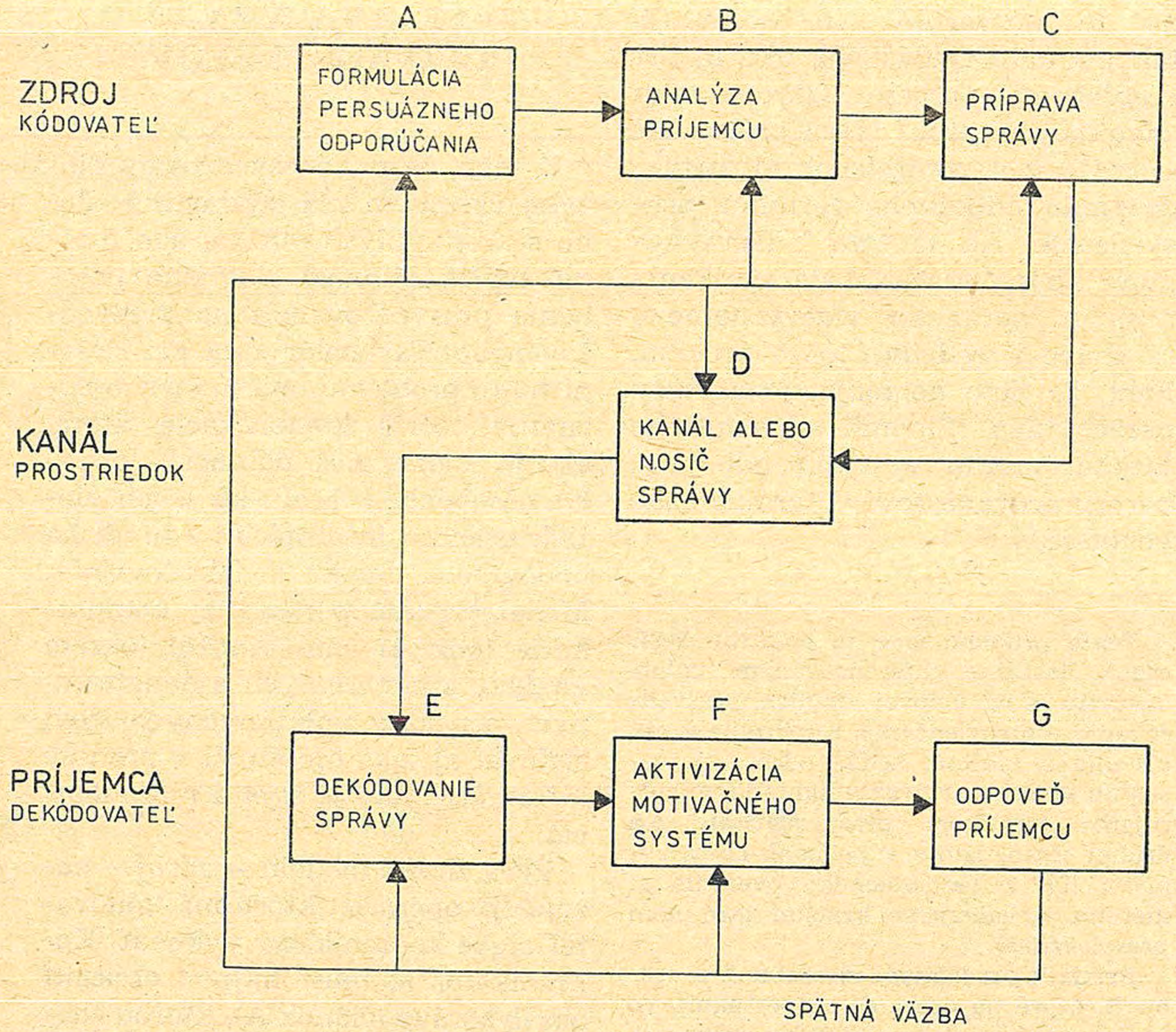
Príklad: predstavme si osobu A a osobu B, ktoré na ceste do zamestnania vo vzdialenosti asi 4 km od domu zrazu napadne myšlienka, či pri odchode riadne zavreli okná svojho bytu. Obidve osoby napokon konštatovali, že okná zatvorili, ale spôsob, ako k svojmu konštatovaniu dospeli, bol rozdielny. Kým osoba A si riešila problém *presviedčaním,* t. j. vrátením sa a postupným prekontrolovaním uzavretosti všetkých okien, osoba B riešila ten istý problém *presvedčovaním,* to znamená racionálnym zdôvodnením náhľadu, že všetky okná predsa len zatvorila. Zatiaľ čo výsledkom prvého postupu bola istota v podobe poznania, výsledkom druhého bola istota (uistenie) v podobe presvedčenia. To, či je istota viac ako uistenosť, je už iná otázka. Treba si však uvedomiť, že človek sa nemôže vždy ovplyvňovať iba presviedčaním — nevyhnutné je aj presvedčovanie.

2. ANALÝZA ÚČINNOSTI SLOV

Z toho, že pri presvedčovaní človeka človekom má významnú úlohu slovo, vyplýva otázka, ako možno zvýšiť účinnosť slovného pôsobenia presvedčovateľa na presvedčovaného. Psychológia sa pri riešení tohto problému opiera opäť o poznatky teórie komunikácie, ktorá, ako je známe, rieši účinnosť slovného pôsobenia z hľadiska troch zložiek prenosu informácie: z hľadiska kódovateľa, kanálu a dekódovateľa. Model procesu persuáznej komunikácie (obr. 4) nám umožní (okrem analýzy konotatívnych a denotatívnych aspektov uplatňovaných slov) zisťovať aj také osobitosti v prenose informácie, ako je *šum* a *redundancia.*

Prvá zložka modelu — *zdroj* — naznačuje operácie, ktoré má kódovateľ alebo komunikátor vykonať. Komunikátor si musí najprv objasniť obsah správy (článok A), ktorou chce na príjemcu (recipienta) pôsobiť, ako aj ciele, ktoré ňou chce dosiahnuť. Správa, v ktorej sa jasne nediferencuje cieľ, je spravidla málo účinná. Preto sa v ďalšom postupe (článok B) komunikátor zameriava na zmysluplnú analýzu príjemcovho zamerania. Bez takejto analýzy nemožno dosiahnuť adekvátnosť správy. Výstupná príprava správy v podobe zmysluplného kódovania je vyjadrená článkom C.

Druhá zložka modelu sa týka *kanálu* alebo prostriedku, ktorým sa správa prenáša na príjemcu. Komunikátor si v tejto súvislosti (článok



Obr. 4. *Model procesu persuáznej komunikácie (podľa Brembecka a Howella)*

D) ujasňuje, či sa v priebehu prenosu kanálom nevyskytnú náhodné poruchy (šumy), ktoré by mohli záporne pôsobiť na kódovanú informáciu, skresliť ju, a tým znížiť účinnosť slovného pôsobenia.

V tretej zložke modelu má aktívnu úlohu *príjemca,* ktorý dekóduje alebo interpretuje pôvodnú správu (článok E) z hľadiska svojich skúseností, motívov, postojov, predsudkov a pod. Takto vlastne správa určitým spôsobom aktivizuje snahový systém recipienta (článok F). Táto aktivita však môže, no nemusí byť v súlade so zámermi komunikátora. Napokon (článok G) recipient produkuje skryte alebo neskryte odpoveď vzhľadom na to, čo počul alebo videl. Tie odpovede, ktoré môžu byť pozorované, sa prenášajú ako spätnoväzbové informácie na pôvodný zdroj. To umožňuje komunikátorovi poznať nielen to, do akej miery bol presný v analýzach svojho príjemcu, ako dobre alebo chybne zvážil svoje odporúčania a ciele, ako vhodne zvolil prostriedok (ka-

nál) prenosu správy a pod., ale aj to, či z denotatívneho, alebo konotatívneho hľadiska recipient vníma presvedčovateľove slová v tom zmysle, v akom by ich mal vnímať. Spätnoväzbová informácia je nepretržitý proces, ktorý sa „spúšťa“ už po prvých vetách komunikátora. V záujme zvyšovania účinnosti slovného pôsobenia je teda úlohou presvedčovateľa neustále sa adjustovať na to, čo mu spätnoväzbová informácia naznačuje. Práve v tom spočíva význam spätnej väzby ako bezprostredného a konkrétneho skvalitňovateľa presvedčovacieho pôsobenia.

ZDROJ AKO KÓDOVATEĽ INFORMÁCIE

Zdroj (presvedčovateľ) by mal vedieť, ktorý zámer slovného prejavu je v medziľudskej interakcii príjemcom najviac a najmenej akceptabilný. Niektoré údaje zodpovedajúce túto otázku poskytuje *Balesova schéma* (J a n o u š e k, 1968), v ktorej je rečová interakčná činnosť rozdelená na 12 druhov (od subjektívne najprijateľnejších po subjektívne najmenej prijateľné).

1. *Prejavuje solidaritu,* zlepšuje postavenie ostatných, pomáha, odmeňuje.

2. *Prejavuje uvoľnenie,* žartuje, smeje sa, prejavuje uspokojenie.

3. *Súhlasí,* prejavuje pasívny súhlas, pochopenie, uznáva názor druhého, je povoľný.

4. *Dáva návrh,* smernicu, ktorá ponecháva inému autonómiu.

5. *Prejavuje mienku,* hodnotí, analyzuje, vyjadruje cítenie, priania.

6. *Podáva orientáciu,* informuje, opakuje, objasňuje, schvaľuje.

7. *Žiada orientáciu,* informáciu, opakovanie, schválenie.

8. *Vyžaduje mienku,* hodnotenie, analýzu, výraz cítenia.

9. *Vyžaduje návrh,* smernicu, pýta sa na možné spôsoby činnosti.

10. *Nesúhlasí,* prejavuje pasívnu rezistenciu, nepomáha.

11. *Prejavuje napätie,* žiada o pomoc, opúšťa pôsobisko.

12. *Prejavuje antagonizmus,* zhoršuje postavenie ostatných, bráni sa, alebo sa presadzuje.

Pôvodná Balesova schéma vznikla v súvislosti s praktickým štúdiom skupinovej štruktúry a vzájomných vzťahov medzi členmi skupiny. Jej význam pre persuáznu komunikáciu spočíva v tom, že upozorňuje presvedčovateľa, s akou odpoveďou sa môže niektoré rečové zameranie správy stretnúť u recipienta.

Pravda, presvedčovateľ nemôže prejavovať vždy iba solidaritu, uvoľnenie alebo súhlas. Veď pre presvedčovanie je príznačné, že prichádzame s novými návrhmi, čím často vyvolávame nesúhlas a teda aj určité napätie. Preto nemusí byť presvedčovanie ako proces príťažlivé. Zmena pôvodného zmýšľania sa totiž stretáva u príjemcu často aj s nepríjemnými psychickými zážitkami. To nepozorujeme (alebo aspoň nie v takej miere) pri ovplyvňovaní inými metódami (napr. klarifikácii, sugescii a pod.). Každú presvedčovaciu správu, ktorá je z hľadiska obsahu výslovne protikladná k pôvodnému stanovisku recipienta, možno aspoň formálne urobiť prijateľnej-

šou, ak sa ju presvedčovateľ usiluje okrem iného vyjadriť aj nižším stupňom Balesovej schémy.

KANÁL AKO PROSTRIEDOK PRENOSU INFORMÁCIE

Keď sa pýtame, *čo* sa sprostredkováva, hovoríme o interakcii, ak sa však pýtame, *čím* sa sprostredkováva, hovoríme o komunikácii (J a n o u š e k, 1968, s. 146). V našom prípade ide o takú zložku komunikácie, ktorá sa týka kanálu alebo prostriedku prenosu informácie. To, že nielen zdroj, ale aj kanál sú dôležitými faktormi účinnosti persuázneho pôsobenia, potvrdzujú niektoré reakcie recipienta, ktoré sa týkajú použitých nosičov informácií (napr. „musí to byť pravda, veď sa o tom hovorilo v rozhlase" alebo „aj by som súhlasil, ale nepozdávajú sa mi prostriedky, akými sa to propaguje"). V súčasnosti sa závislosť účinnosti slovnej informácie od osobitosti jej nosiča (kanálu) stala predovšetkým zásluhou kybernetiky predmetom rozsiahlych psychologických výskumov.

Prvú oblasť bádania predstavuje *problém odstupňovania nosičov informácií z hľadiska ich účinnosti na príjemcu.* Ukázalo sa však, že medzi takými charakteristickými prostriedkami prenosu informácie, ako je 1. bezprostredné dialogické pôsobenie živým slovom jedného človeka na druhého (pôsobenie vis à vis), 2. slovné pôsobenie jedného človeka na skupinu, a to či už bezprostredné (prednáška, rozhovor, diskusia), alebo pomocou elektronických prostriedkov (rozhlas, televízia, film) a 3. sprostredkované pôsobenie písaným slovom alebo obrazom (knihy, noviny, letáky, pohľadnice, fotografie a pod.), nie je jednoduché určiť poradie ich účinnosti. Je to preto, že účinnosť slova je podmienená aj jeho obsahom, resp. problémovými okruhmi komunikácie. Napriek tomuto dospeli psychologické výskumy k niektorým zovšeobecňujúcim záverom, ktoré možno (B r e m b e c k, H o w e l l, 1976, s. 50—51) formulovať takto:

— Neformálna osobná výzva alebo bezprostredný priamy osobný apel sú v podstate účinnejšie ako rozhlas; rozhlas je však aktívnejší ako tlač; účinnosť televízie a filmu sa pritom udržiavajú približne na rovnakej úrovni.

— Jedincov s vyššou úrovňou vzdelania stimuluje viac tlačené slovo ako iné médiá; naproti tomu ľudí s nižšou úrovňou vzdelania ovplyvňujú predovšetkým mas-médiá ako rozhlas a televízia.

— Ak prenos informácie mas-médiami dopĺňa prenos na základe osobného kontaktu, t. j. „tvárou v tvár" (face to face), účinnosť persuázneho ovplyvňovania je najvyššia.*

Druhá oblasť bádania vychádza z otázky, *ako odstrániť pri vnímaní časť nadbytočnej informácie a preniesť vysielanú informáciu v hospodárnejšej forme.* Zatiaľ čo sa prvá oblasť týkala zisťovania efektívnosti

---

* Z našich autorov zdôrazňuje význam bezprostredného osobného kontaktu pri presvedčovaní H a r i n g (1980, s. 12). Podľa neho je „najúčinnejšia zostava kanálu tvárou v tvár". Zo zahraničných autorov sa s takýmto zistením stretávame aj u M c L u h a n a v práci Understanding media (New York, 1969).

vonkajších nosičov správy (mas-médiá), druhá oblasť rieši vnútorné aspekty toho istého problému, t. j. efektívnosť prenosu informácie jednotlivými zmyslovými orgánmi príjemcu.

Výsledky výskumov možno ilustrovať viacerými zisteniami. Napríklad Broadbend skúmal sluchové vnímanie a zistil, že poslucháč ľahšie zvládne dve správy s menším množstvom informácie ako jednu správu s veľkým množstvom informácie, pretože kapacita mozgu je obmedzená a filter na začiatku nervovej sústavy „prepúšťa" k receptorom len časť z predchádzajúcej informácie. Na účinnosť slovnej informácie má vplyv aj rýchlosť, akou signál prechádza príslušným zmyslovým kanálom. Zistilo sa, že výhodnejšie je vysielať signály menšou rýchlosťou, ktoré nesú maximum možnej informácie, ako vysielať signály veľkou rýchlosťou s relatívne malým množstvom informácií. Podľa Mc Cormicka (1957) informácia získaná človekom závisí tak od prostredia, ako aj od minulosti prijímača. V súvislosti s týmito poznatkami zhrnuje Bober (1967, s. 261) všeobecné princípy, ktoré sa vzťahujú na príjem informácie, takto: „Zdroj má vysielať len podstatnú (užitočnú) informáciu cez najvhodnejšie senzorické kanály vtedy a tam, kde je to nevyhnutné, pričom vysielanie má mať maximálnu jasnosť."

Tým sa dostávame k tretej oblasti bádania, ktorou je *problém závislosti účinnosti správy od voľby zmyslového kanálu, ktorým sa dostáva do vedomia príjemcu.* Pozornosť bádateľov sa zamerala predovšetkým na zrakový a sluchový receptor. Napríklad Mc Cormick (1957) uvádza takéto výhody i nevýhody jednotlivých zmyslových orgánov pre efektívny príjem informácie.

1. Sluchové podnety majú časový charakter, prichádzajú postupne, kým zrakové podnety sú priestorové a prichádzajú postupne alebo súčasne.

2. Sluchové podnety nemožno trvalo aplikovať, kým zrakové podnety sa dajú „skladovať".

3. Sluchové podnety majú v porovnaní so zrakovými podnetmi zvyčajne menej rozmerov na kódovanie informácie.

4. Sluchové podnety sú „vtieravejšie" a odolnejšie proti únave — zrakové podnety si vyžadujú, aby sa príjemca pozeral na panel, a preto sa skôr unaví.

5. Reč má veľkú ohybnosť a poskytuje časovú výhodu, rýchlosť rečového prevodu je však obmedzená, a preto môže byť vizuálne podanie rýchlejšie.

Z toho vyplýva, že zrakový (vizuálny) kanál je z hľadiska efektívnosti prenosu správy oveľa výhodnejší ako kanál sluchový (auditívny). Aj výskumy z oblasti vzdelávania jednoznačne potvrdzujú výhody vizuálneho kanálu. Napríklad švajčiarski psychológovia zistili (Moravcová, 1966), že dospelý človek dokonale vníma iba 20 % z toho, čo počuje, ale až 30 %, ba i 50 % z toho, čo vidí. Prednosť vizuálneho kanála pred auditívnym kanálom sa celkom prirodzene zvýrazňuje najmä so vzrastom vzdelanostnej úrovne človeka. Zatiaľ čo v staroveku a v stredoveku sa preferovalo auditívne vnímanie, teda vnímanie prostred-

níctvom ústneho podania (odtiaľ pramení pravdepodobne názov poslucháč), od vynájdenia kníhtlače prevláda vizuálny spôsob vzdelávania, a to až do tej miery, že v súčasnosti sa pokladá za hlavný prostriedok štúdia. (Okrem toho to dokazuje aj existencia diaľkovej a externej formy štúdia, keď môže študent určité odbory vynikajúco absolvovať aj bez navštevovania prednášok a seminárov.)

Túto skutočnosť nám potvrdzuje aj ontogenetický vývin človeka. Kým si dieťa neosvojí čítanie, poznatky o svete získava predovšetkým z rozprávania dospelých, teda prostredníctvom zvukového kanála. Po osvojení čítania sa u neho postupne čoraz viac uplatňuje vizuálny kanál. Veľmi dobre to možno demonštrovať aj faktom, že s vekom vzrastá podiel domáceho učenia a štúdia na celkovom vzdelávaní. Na základnej škole platí viac-menej pravidlo naučiť sa všetko na hodine, na strednej škole je už domáce učenie nevyhnutným predpokladom jej absolvovania, a to nespomíname vysokú školu, kde je samostatné osvojovanie poznatkov z odbornej literatúry prvoradou podmienkou jej absolvovania. V našom výskume (Grác, 1973, s. 192—196) sme u stredoškolákov a vysokoškolákov nenašli ani jeden z predmetov, v ktorom by študenti nedávali prednosť vizuálnemu spôsobu štúdia, pričom uprednostňovanie zrakového štúdia bolo štatisticky signifikantne výraznejšie u vysokoškolákov ako u stredoškolákov. Aj prieskumom Šipkovského (1974, s. 211) sa zistilo, že s pribúdajúcim vekom ustupuje získavanie poznatkov na základe metódy hovoreného slova a zreteľne sa zvyšuje význam tlačeného slova, čiže získavanie poznatkov zrakovým kanálom. Už teraz sa odhaduje, že v budúcnosti bude moderný človek viac ako 80 % všetkých poznatkov získavať prostredníctvom vizuálneho kanálu (Pekelis, 1975, s. 109).

V tejto súvislosti vari ani netreba pripomínať, že údaje o preferencii vizuálneho kanála nás privádzajú do rozpornej situácie. Veď zreteľne protirečia všetkým doteraz uvedeným poznatkom o tom, že prenos persuázneho správy je najúčinnejší pri slovnom pôsobení „tvárou v tvár", t. j. pri sluchovom vnímaní. Treba však povedať, že toto protirečenie je iba zdanlivé. Nesmieme zabúdať, že výskumné údaje sa týkali skôr vzdelávacej oblasti, to znamená prenosu predovšetkým poznatkových informácií. Na druhej strane má presvedčovacia správa, keďže ňou ovplyvňujeme vzťah človeka k niečomu, predovšetkým výchovnú pôsobnosť. A pri výchovnom pôsobení nemožno účinnosť živého slova, t. j. pôsobenie, ktoré je umocnené osobnosťou presvedčovateľa, nikdy celkom nahradiť sprostredkovaným pôsobením, teda ovplyvňovaním iba písaným slovom.

Otázkou je, akým spôsobom sa zvyšuje účinnosť bezprostredného slovného ovplyvňovania pri priamom kontakte človeka s človekom. Okrem takých nesporných faktov, ako je konkrétnosť zdroja, osobný príklad a spôsob správania komunikátora, obsahuje živá reč aj ďalšie atribúty — zanietenosť, tempo, hlasový rozsah a ďalšie kódy, ktoré by sa dali v písanej reči, či už v riadkoch, alebo medzi riadkami iba ťažšie dešifrovať. K osobitným kódom patria napr. gestá. Sovietsky psychológ Voroncov (1972) v tejto súvislosti cituje autora populárneho kurzu anglického jazyka Shawa: „Pri rozprávaní je komunikačným prostriedkom nielen reč. Hra-

nicu slov efektívne rozširuje gestikulácia — krčíte plecia, hrozíte prstom, dvíhate obočie, žmurkáte, nakláňate sa dopredu alebo dozadu, pohybujete hlavou. Aj výška hlasu a vetný prízvuk sú prostriedky, ktoré rozširujú význam slova.“ Reč giest má podľa R u e s c h a 700 000 jasne odlíšiteľných signálov, zatiaľ čo „najserióznejšie“ anglické slovníky majú asi 600 000 slov (V o r o n c o v, 1972, s. 157).

PRÍJEMCA AKO DEKÓDOVATEĽ INFORMÁCIE

Dôležitou podmienkou komunikačného procesu je presné *dekódovanie správy* príjemcom. Persuázna správa je správne dekódovaná vtedy, keď ju komunikátor a príjemca chápu rovnako. Nepresné dekódovanie správy má za následok pseudokomunikáciu, ktorá môže mať dve podoby. V prvom prípade si kódovateľ (zdroj) uvedomuje, že dekódovateľ nepostrehol zmysel správy, v druhom prípade si nepresnosť dekódovania neuvedomuje ani zdroj, ani príjemca. Výsledkom pseudokomunikácie môžu byť *úplné* alebo *čiastkové* nezhody medzi presvedčovateľom a presvedčovaným, ktoré sa prejavia hneď alebo neskôr.

Okamžitá nezhoda sa prejavuje v prípadoch, keď majú komunikujúce osoby na mysli presne to isté, ale nerozumejú si, pretože používajú odlišné názvy (kódy) na vyjadrenie tých istých myšlienok. *Oneskorená* nezhoda vzniká zasa vtedy, keď používajú komunikujúce osoby tie isté názvy (kódy), no chcú vyjadriť odlišné významy. V takomto prípade si komunikujúce osoby často až neskôr uvedomujú (spravidla až vtedy, keď sa v zmysle presvedčenia treba aj nejako prejaviť), že tomu istému slovu pripisovali odlišné významy.

Na vzniku pseudokomunikácie sa zúčastňujú viaceré psycholingvistické osobitosti kódovania i dekódovania persuáznych správ. Napríklad to, že Angličan, Číňan a Španiel, aj keď hovoria presne to isté, si nemusia rozumieť, je dané tým, že angličtina, čínština a španielčina operujú rozličnými kódmi pri vyjadrovaní tej istej myšlienky. No neraz si pri vyjadrovaní tej istej myšlienky nemusia rozumieť ani príslušníci, ktorí hovoria tým istým jazykom. Z jazykového hľadiska je to podmienené určitými lexikálnymi a syntaktickými možnosťami nepresného dekódovania správy. *Lexikálne možnosti pseudokomunikácie* správy sú dané tým, že nie každý jeden predmet (alebo jedna z jeho statických či dynamických vlastností), ako na to upozorňuje existencia homonným a synonym, sa vždy označuje iba jedným a tým istým komplexom znakov. *Syntaktické možnosti pseudokomunikácie* vznikajú preto, že odlišné časové (a v písme i priestorové) usporiadanie tých istých lexikálnych jednotiek zapríčiňuje celkom odlišné zakódovanie správy. Napríklad dve vety — „tieto šaty sú pekné, ale nepraktické“, „tieto šaty sú nepraktické, ale pekné“ — sú z lexikálneho hľadiska kódované presne tým istým súborom znakov. Zo syntaktického hľadiska však môže odlišné časové usporiadanie rovnakých zvukových jednotiek zapríčiniť

činiť, že predavač môže prvú vetu dekódovať ako odmietanie, zatiaľ čo druhú vetu identifikuje ako náklonnosť k prípadnej kúpe.

Problémy dekódovania myšlienok však nemožno redukovať iba na jazykové otázky slovného kontextu. Špecifické podmienky sociálneho učenia, osobitné skúsenosti a individualizovaný výskyt idiosynkratických vnemov spôsobujú, že pseudokomunikáciu môžu vyvolávať aj výslovne psychologické faktory. Na mysli máme predovšetkým pseudokomunikáciu vyplývajúcu z *denotatívne odlišného chápania významu slov*. Napríklad Šípoš (1980, s. 3) pri analýze rozličných komunikačných defektov upozorňuje, že slovo pravdivý sa môže chápať aspoň v štyroch významoch:

1. výrok, ktorý sa dá overiť (telesá sú priťahované k zemi);

2. afektívna pravda (XY je skvelý odborník);

3. direktívny výrok (všetci ľudia sú si rovní);

4. výrok konzistentný v systéme $[a^2 - b^2 = (a + b) . (a - b)]$.

Pseudokomunikáciu často zapríčiňujú rozdiely vyplývajúce z *konotatívne odlišného chápania zmyslu slov medzi* presvedčovateľom a presvedčovaným. Napríklad Goodenoughová (1942) zistila, že zo 400 osôb ženského pohlavia a zo 400 osôb mužského pohlavia slovo „pilník" väčšina mužov chápe vo význame pilník na drevo alebo železo a väčšina žien ho chápe vo význame pilník na nechty.

OSOBITOSTI EXPRESÍVNEJ KOMUNIKÁCIE

Problematika prijímania správy recipientom sa nevyčerpáva iba riešením jej správneho vecného dekódovania. Komunikácia pri presvedčovaní má totiž aj špecifickú apelačnú funkciu. To znamená, že úlohou komunikácie nie je informáciu iba odovzdať, ale zároveň ňou príjemcu aj ovplyvniť. Z toho vyplýva, že dôležitý článok persuáznej komunikácie (obr. 4) predstavuje aj aktivizovanie motivačného systému príjemcu, resp. presvedčovaného.

Na aktivizovanie motivačného systému nestačí iba bežná inštrumentálna komunikácia, ale treba tu uplatňovať aj prostriedky *expresívnej komunikácie.** Presvedčovateľ uskutočňuje požiadavku expresívnej komunikácie jednak priamo, t. j. vlastným osobnostným pôsobením (v ňom má dôležitú úlohu najmä modulácia reči), jednak nepriamo, t. j. prostredníctvom neosobnostných faktorov, napr. hudobná kulisa, obraz, báseň. Podľa Čápa (1980, s. 296) sa pri presvedčovaní môžu ako prostriedky používať aj umelecké diela. Skúsený presvedčovateľ vždy volí také slová a príklady, aby „rozohrial", „prebudil" city a fantáziu a spojil odovzdané informácie s citovo zafarbenými spomienkami a motívmi.

V súvislosti s uplatňovaním expresívnej komunikácie sa azda

---

* Expresívna komunikácia má za úlohu pôsobiť viac na city, „popularizovať" obsah požiadavky, a tým prispievať k analýze zmyslu informácie v žiadúcom smere (Jermolenko, 1972, s. 59).

najviac pozornosti venovalo vhodnej modulácii ľudského hlasu. Podľa Hiebscha a Vorwerga (1975, s. 123) modulácia (prízvuk a vetná melódia) rozširuje oznamovacie možnosti komunikačného systému reči predovšetkým v oblasti konotatívnych zložiek (emocionálne sfarbených významových variantov), čím sa zároveň stvárňujú aj denotácie (objektívne významy). Výskumy účinnosti modulácie ukázali, že tak, ako pôsobí dobre oblečený človek sympatickým dojmom, takým istým dojmom môže pôsobiť aj modulačne vhodne vyjadrená myšlienka. Teda „ľúbivá" stránka reči nie je v presvedčovacej komunikácii zanedbateľná. Veď ľudský hlas môže pôsobiť práve tak lahodne, ako môže pôsobiť dobrá hudba.

Iné zistenia zasa upozorňujú (Grác, 1966), že v hovorovej reči majú prízvuk a sila hlasu podobnú úlohu ako podčiarknuté slovo v knihe. Napríklad všimnime si, aký rozdielny význam môže mať pre dekódovanie tá istá veta podľa toho, na ktoré slovo dá kódovateľ prízvuk.

Kódovateľ
Ja vás nechápem!
Ja *vás* nechápem!
Ja vás *nechápem!*

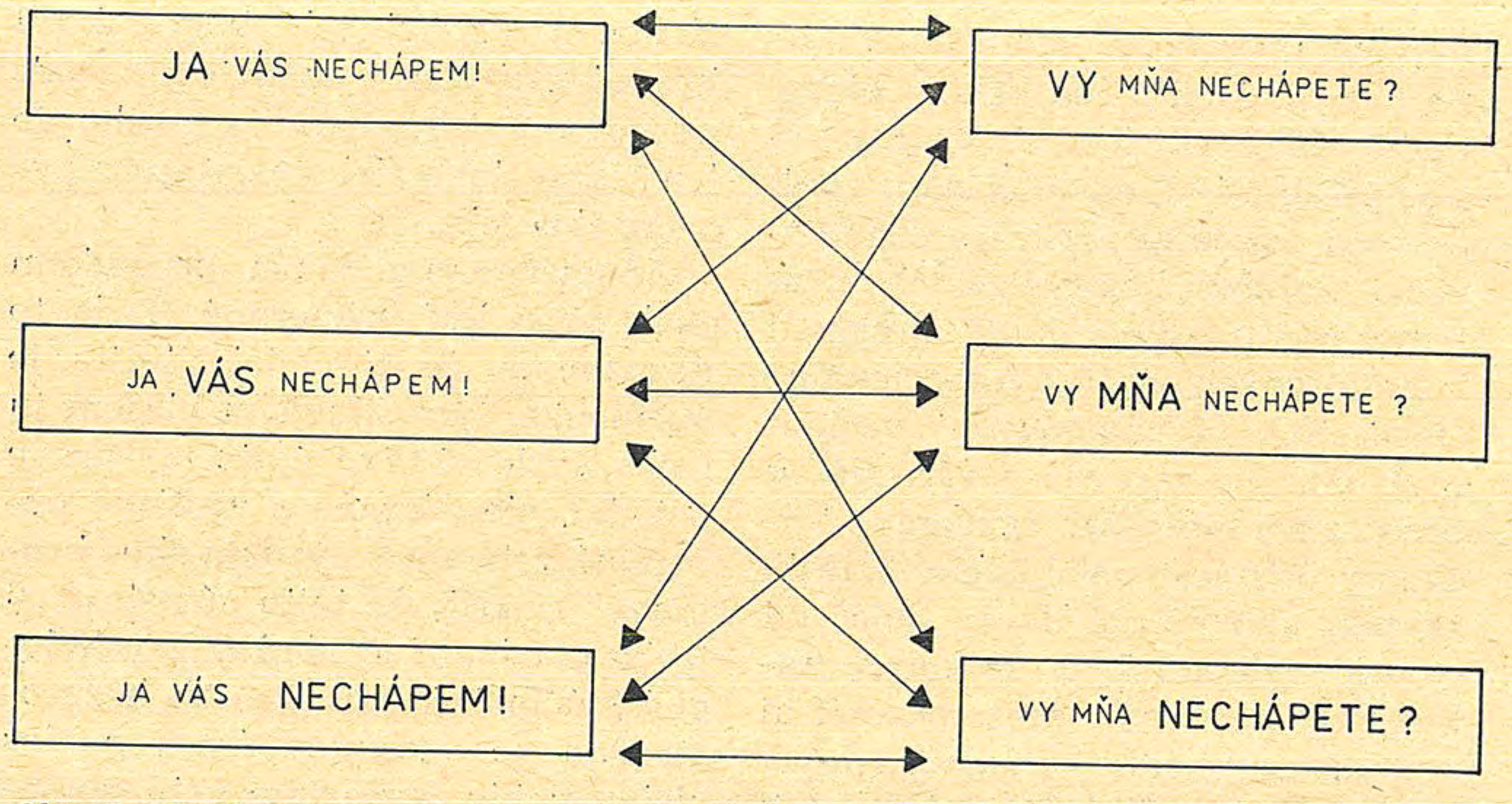
Dekódovateľ
Vy mňa nechápete?
Vy *mňa* nechápete?
Vy mňa *nechápete?*

Ak však dekódovateľ odpovie odlišným umiestením slovného prízvuku, môže vzniknúť až deväť významovo rozdielnych komunikácií bez toho, aby sa v podnetovej a odpoveďovej informácii zmenilo čo len jedno slovo alebo existujúce poradie slov (obr. 5).

Zdôrazňovanie slova prízvukom však musí byť primerané. Teda to neznamená, že čím dôležitejšia je myšlienka, tým silnejším hlasom ju treba vysloviť. Veď často má práve potichu, ale dôrazne a výstižne povedaná veta väčší význam ako „hromový" pokrik. V tejto súvislosti si treba uvedomiť aj kladný psychologický účinok kontrastu. Ak bezprostredne po vete povedanej nahlas alebo rýchlo vyslovíme vetu pomaly a potichu, počúvajúci napína sluch, aby mu neušlo ani slovo.

Fyziologické poznatky potvrdzujú, že na človeka príjemne pôsobí zvuk, ktorý unavuje sluchový aparát čo najmenej, t. j. príjemne pôsobia také zvuky, ktoré „neudierajú" prisilno na ucho. (Prah zrozumiteľnosti reči je 25 decibelov.) Z fyziológie ucha je takisto známe, že určitý zvuk zachytáva vždy iba určitá skupina nervov. Ak musí ucho počúvať len jednotvárny hlas, nervové zakončenia zodpovedajúce tomuto hlasu sa časom unavia a monotónny hlas sa stáva nepríjemným podnetom. Neplatí teda celkom aforizmus, že „pravdivé slová nebývajú príjemné a príjemné slová nebývajú pravdivé".

Pre zvýšenie pútavosti reči má veľký význam aj vhodné umiestenie páuz (prestávok, pomlčiek). Neraz sa môže správne zaradenou pauzou dosiahnuť viac ako množstvom vyslovených slov. Funkcia pauzy je však rozdielna: raz umožňuje lepšie po-



Obr. 5. *Vznik významovo odlišných komunikácií na základe rozdielneho umiestenia prízvuku vo vete (naznačené šípkami)*

chopiť to, čo sa práve povedalo, inokedy zasa to, čo sa ešte len má povedať, ba niekedy umožňuje pochopiť aj to, čo sa ani nepovedalo.

Zaraďovanie páuz a vôbec tempo reči však nie je iba záležitosťou ľubovôle. Psychologické výskumy pútavosti reči upozorňujú, že ak je reč prirýchla, počúvajúci nestačí všetko sledovať, vznikajú nesúvislosti, medzery a príjemca stráca záujem. Podobné výsledky sa však dosahujú aj vtedy, keď je tempo reči zasa neprimerane pomalé. Recipienti majú síce čas spracovať svoje predstavy o počutom, ale pre nedostatok nových stimulov upútavajú ich pozornosť aj iné momenty, ktoré s rečou nesúvisia. Zaujímavý je aj výskum pútavosti reči, ktorý vykonal Zinčenko (1961, s. 332). Autor prednášal poslucháčom texty rozprávačským, opisným a vysvetľujúcim spôsobom. Pri prvom spôsobe zistil zapamätanie v rozsahu 80 %, pri druhom spôsobe v rozsahu 75 % a pri treťom spôsobe zapamätanie v rozsahu 51 %. Skutočnosť, že sa presvedčovacia komunikácia uskutočňuje prevažne dialogickou formou, ktorá je blízka rozprávačskému spôsobu, znamená, že dialóg je už svojím komunikačným charakterom pre príjemcu akceptabilnejší.

Psychológov zaujala aj otázka, ktoré slová vyvolávajú u recipienta jednoznačne kladnú konotáciu. Křivohlavý (1977, s. 130) uvádza napríklad prídavné mená ako príjemný, radostný, pohodlný, spokojný, výborný, šťastný, dobrý, uvoľnený, krásny, pokojný, osviežený a slovesá uspokojiť, uvoľniť, zlepšiť, uzdraviť atď. Už prv však výskumy upozornili, že kladnú konotáciu slova nepodmieňuje iba samo slovo, ale aj kontext, v akom ho recipient prijíma. Napríklad Mosier (1941) dal 140 pokusným osobám zoradiť určité slová a slovné zvraty do jed-

nostupňovej škály podľa kladných alebo záporných významových kvalít. Aj keď sa jednotlivé slová a zvraty vo výskume exponovali izolovane, zistilo sa, že pokusné osoby k nim konštruovali určité vety a slová v tejto súvislosti aj hodnotili. Pri 21 slovách z 296 (napr. ľahostajný, znesiteľný, očarujúci, zvodný atď.) sa hodnotenia rozdelili tak, že vznikla škála s dvoma vrcholmi. To svedčí o tom, že sa slová hodnotili vždy podľa súvislosti, do ktorej sa zaradili, a nie podľa ich významu Hiebsch, Vorwerg, 1975, s. 159).

Na kladnú konotáciu slova alebo pojmu však nemá vplyv iba kontext, ale aj rozličné typologické osobitosti recipienta. Napríklad jednoduchú informáciu „do polovice naplnený pohár" budú chápať optimisti skôr ako „poloplný" pohár a pesimisti zasa skôr ako „poloprázdny" pohár. Z denotačného hľadiska nie je medzi slovami „poloplný" a „poloprázdny" vecný rozdiel. Náš výskum však ukázal (pozri rámik č. 2), že odlišná konotácia týchto slov vplýva aj na rozdielne vnímanie ich obsahu, pričom rozdiely vo vnímaní obsahu možno vyjadriť v podobe kvantitatívnych ukazovateľov.

Ďalšou osobitosťou formálnej stránky reči je, že komunikátor ňou viac alebo menej odhaľuje čiastočne aj svoju osobnosť (napr. do akej miery to, čo hovorí, prežíva, resp. vnútorne sám kladne hodnotí a prijíma). Teda psychiku človeka môžeme poznať nielen podľa obsahu, to znamená podľa toho, čo hovorí, ale aj podľa formy, teda ako hovorí. Fakt, že „hlas býva teplý a mäkký, ale aj drsný a temný, vystrašený a nesmelý, triumfujúci aj suverénny, úskočný aj zaliečavý, tvrdý, živý a slávnostný a ešte s tisícami odtieňov, ktoré vyjadrujú najrozmanitejšie pocity, nálady a dokonca i myšlienky" (Morozov, 1967, s. 3), umožňuje preniknúť do psychiky toho, kto hovorí. Vo formálnej stránke reči sa totiž často tak výrazne odrážajú naše duševné stavy, že neraz sa nám ani napriek značnému úsiliu nepodarí zakryť radosť, smútok, vzrušenie či strach. Podľa Stepanova (1964, s. 159) sa „v reči prejavuje neistota, nesmelosť, ostýchavosť, jemnosť, priebojnosť, presvedčivosť, inteligencia — všetky tieto alebo iné charakterové vlastnosti". Na druhej strane Nožin (1972, s. 170) tvrdí, že „ak sa chceme vyjadriť kybernetícky, môžeme povedať, že každý signál (t. j. reč) obsahuje informáciu o stave vysielajúceho systému (t. j. o rečníkovi)". Preto si možno iba ťažko predstaviť, že by sa niekomu podarilo motivovať, nadchnúť, zapáliť a presvedčiť bez presvedčivosti rozličných vonkajších komponentov svojho hlasu a reči.

OSOBITOSTI SPÄTNOVÄZBOVEJ KONFRONTÁCIE

Dôležitou zložkou komunikačného procesu je analýza odpovede príjemcu. Keďže presvedčovanie je proces, ktorého základom je dialóg, nestretávame sa tu iba s jednou odpoveďou alebo s celou sériou na seba nadväzujúcich a usporiadaných odpovedí, ale aj so vzájomne izolovanými a neusporiadanými odpoveďami. Nech je však odpoveď príjemcu akákoľvek, každá umožňuje, aby si komunikátor z hľadiska kybernetického princípu spätnej väzby ove-

Rámik č. 2 *Optimisticky či pesimisticky . . .*

Pri sluchovom vnímaní niektorých slovných spojení má človek tendenciu vnímať príslušné javy viac optimisticky alebo pesimisticky, a to aj vtedy, keď sa týmito spojeniami vyjadruje z denotatívneho hľadiska tá istá skutočnosť? Aspoň čiastočnú odpoveď na túto otázku sme sa pokúsili získať prostredníctvom metodiky (príloha č. 1), ktorú sme aplikovali u 91 pokusných osôb vo veku 18 až 19 rokov a u 66 pokusných osôb vo veku 20 až 21 rokov. Účastníci riešili takúto úlohu:

„Na policiach jedného farmaceutického skladu stál v abecednom usporiadaní rad jednotlivých fliaš so vzácnou tekutinou. Každá fľaša mala na jednej strane vyznačenú decilitrovú mierku. Podľa nej sa dalo aj voľným okom odhadnúť množstvo tekutiny. Jedného dňa skladník pri kontrole zistil, že z niektorých fliaš časť tekutiny ubudla. Hneď o tom napísal predbežné hlásenie. V ňom však množstvo tekutiny v jednotlivých fľašiach nevyjadril číslami, ale slovnými spojeniami —

fľaša A — úplne plná
fľaša B — presne dopoly
fľaša C — skoro plná
fľaša D — skoro poloprázdna
fľaša E — úplne prázdna
fľaša F — skoro poloplná
fľaša G — skoro prázdna atď.

Nasledovalo ešte ďalších 14 fliaš, to znamená, že zoznam 21 fliaš sa končil abecedným písmenom V. Pri ostatných 14 fľašiach, teda od písmena H po V, sa však uvedené slovné spojenia iba striedavo opakovali. Preto bolo každé slovné spojenie, ktoré vyjadrovalo obsah fľaše, exponované pokusným osobám trikrát. (Slovné spojenia pri fľašiach A, B, E a ich abecedných ekvivalentoch neboli predmetom experimentu.)

Pokus prebiehal tak, že experimentátor plynule diktoval jednotlivé slovné charakteristiky obsahu fliaš. Úlohou zúčastnených osôb bolo uhádnuť, koľko decilitrov tekutiny sa každým slovným údajom vyjadrilo a toto množstvo mali napísať do odpoveďového záznamu. Medzi prvou, druhou a treťou expozíciou sa nevyskytli v odpovediach respondentov odlišné tendencie, a preto sme výsledky mohli prepočítať na spoločné priemerné hodnoty ($\bar{x}$).

Z denotatívneho hľadiska sú slovné spojenia „skoro plná“ alebo „skoro prázdna“ pojmovo rovnaké v tom, že sa nimi kvantitatívne vyjadruje rozdiel (d), čo znamená, že obsah niečoho nemožno označiť ako úplne plný alebo úplne prázdny. Preto by sa nemal ani číselne vyjadrený rozdiel obidvoch týchto spojení medzi sebou kvantitatívne

Riadok	Slovným spojením „skoro“	Údaje o množstve tekutiny vyjadrené číslom (v dcl)					
		18—19-roční		20—21-roční		spolu:	
		$\bar{x}$	d	$\bar{x}$	d	$\bar{x}$	d
1.	plná	8,57	—1,43	8,69	—1,31	8,63	—1,37
2.	poloprázdna	3,84	—1,16	4,48	—0,52	4,16	—0,84
3.	poloplná	5,66	0,66	5,64	0,64	5,65	0,65
4.	prázdna	1,22	1,22	1,27	1,27	1,24	1,24

[d je rozdiel medzi hodnotami príslušného $\bar{x}$ a hodnotou 10 dcl (1. riadok); d je rozdiel medzi hodnotami príslušného $\bar{x}$ a hodnotou 0,5 dcl (2. a 3. riadok); d je rozdiel medzi hodnotami príslušného $\bar{x}$ a hodnotou 0,0 dcl (4. riadok)]

odlišovať. Údaje v tabuľke však ukazujú, že u skúmaných osôb sa obidva pojmy kvantitatívne vnímajú odlišne. Odlišnosť je v tom, že namerané hodnoty rozdielov pri spojeniach „skoro prázdna“ boli vždy o niečo menšie ako pri spojeniach „skoro plná“. Respondenti teda mali tendenciu vidieť prázdno o niečo menšie a boli o niečo tolerantnejší pri protikladnom slovnom spojení.

Aj ďalšie slovné spojenia „poloprázdny“ a „poloplný“ vyjadrujú z denotatívneho hľadiska (iba iným spôsobom) ten istý obsah, t. j. množstvo, ktoré je blízko strednej hodnoty (pozri Slovník slovenského jazyka). Kvalitatívne údaje v tabuľke však ukazujú, že z konotatívneho hľadiska je obsah obidvoch slovných spojení zreteľne odlišný. V pokuse sa zistilo, že skúmané osoby mali pri počutí slovo „poloprázdny“ dojem, že niečo chýba, t. j. že je toho menej ako polovica. Naopak slovo „poloplný“ u nich utváralo predstavu niečoho, čo presahuje alebo prevyšuje priemer. Výsledný číselný rozdiel medzi obidvoma predstavami v objeme tekutiny bol 1,49 dcl. To znamená, že aj konotatívne problémy vnímania slov môžu mať značný podiel na nepresnostiach chápania slov v medziľudskej komunikácii.

Ukazuje sa, že konotatívne odlišnosti denotatívne rovnakých slovných spojení sú nesporné. Skúsený komunikátor však vie, kedy má aj pri významove tom istom pojme (napr. „rečník vystúpil pred poloprázdnym hľadiskom“ alebo „rečník vystúpil pred poloplným hľadiskom“) zvoliť to alebo ono slovné spojenie, aby pri danom pojme zdôraznil práve ten zmysel, ktorý ním sleduje. Žiaľ, nie každý to vie tak presne. Ani v psychológii zatiaľ nie je ešte celkom zmapované, pri ktorých slovných spojeniach a v akom rozsahu môže mať konotatívne odlišne chápaný zmysel slov podiel na väčších či menších nepresnostiach persuáznej komunikácie.

roval účinnosť svojho pôsobenia, t. j. pôsobenia všetkých zložiek, ktoré sa zúčastňujú na prenose informácie.

Dôležitým pojmom spätnoväzbovej analýzy je *redundancia*, ktorou rozumieme nadbytočnú informáciu. Pri prenose informácie dochádza často k nadmernému používaniu znakov alebo kódov. Napríklad pri skúmaní rýchleho čítania sa zistilo, že skúmané osoby vedeli prečítať správne obsah odborného textu aj vtedy, keď v ňom chýbalo každé desiate, ba i piate slovo, teda takmer pätina textu. Podľa Browna (1968) je v anglicky a francúzsky písaných textoch nadbytočná až polovica textu, to znamená, že v niektorých prípadoch by čitateľovi stačilo prečítať vlastne iba vhodne vybranú polovicu textu. Vo vzdelávacích textoch vzniká takáto nadbytočnosť najčastejšie preto, lebo ich autori sa usilujú vyjadrovať prístupne, zrozumiteľne atď. Niekedy však takéto úsilie môže viac škodiť ako prospievať.

Potrebu obmedziť nadbytočnosť nemožno rovnako presadzovať v každej oblasti medziľudskej komunikácie. Nadbytočné informácie nie sú totiž vždy iba „nevyhnutným zlom"; v umeleckom stvárnení majú úlohu dôležitých estetických prvkov. Napríklad „nenadbytočná" informácia z Hviezdoslavovho diela Hájnikova žena by sa v sémantickom zmysle dala zachytiť na niekoľkých stranách. No potom by sme už nemohli hovoriť o umeleckom diele, ale iba o viac či menej zaujímavom kriminálnom príbehu.

Celkom osobitným spôsobom treba problém nadbytočnosti informácie riešiť v presvedčovacom procese. Nemôžeme sa tu usilovať o vecnú strohosť príznačnú pre poznávací proces (napr. vedecký referát), ale nesmieme pripúšťať ani rozvláčnosť, vyplývajúcu z neprimeraného upriamenia sa na slovnú formu pred obsahom informácie. Príkladom môže byť pleonazmus, keď sa jeden pojem vyjadruje viacerými nadbytočnými slovami alebo hromadením súzvučných slov. Osobitné prístupy k riešeniu nadbytočnosti v presvedčovacom procese v súčasnosti závisia od výsledkov psycholingvistických výskumov, ktoré poskytujú zaujímavé kvantitatívne údaje aj pre matematické spracovanie tejto problematiky. Pozoruhodné sú najmä výsledky, ktoré vyplývajú z dezignačnej, atributívnej a asertorickej analýzy. Podľa Jermolenka (1972, s. 64) „rozvoj najnovších sémantických metodík na základe dialektického a historického materializmu a utváranie jednotlivých metodík dezignačnej, atributívnej a asertorickej analýzy ... umožní značne zvýšiť úroveň celej propagandistickej práce".

Pri *dezignačnej analýze* hovoríme o určení optima výskytu určitého pojmu, názvu alebo mena v ovplyvňovacom procese. Zistilo sa, že ak má nejaký objekt natrvalo vstúpiť do vedomia človeka, musí sa *opakovať*. Je však otázne, ako často sa má takýto názov vyskytovať (frekventovať), aby si ho človek osvojil, príp. prijal ho ako samozrejmý a pritom by nenastala redundancia. Výskumy potvrdili, že každý človek má iné hranice frekventovanosti. Ak sa táto hranica nedosiahne, opakovaným slovom sa vedomie človeka ne-

ovplyvňuje. Ak sa však táto hranica prekročí, vzniká averzia, nechuť k tomu, čo sa chcelo dosiahnuť. Objasnenie týchto otázok si ešte vyžaduje ďalšie výskumy, a to najmä v súvislosti s frekventovanosťou argumentov, aby sa mohli na základe jednotlivých zistení formulovať všeobecné poznatky (str. 245).

Pri *atributívnej analýze* hovoríme o určení frekventovanosti určitých prívlastkov alebo frekventovanosti určitých charakteristík nejakého javu z hľadiska ich účinnosti na zmysel informácie. Takýmito charakteristikami môžu byť napr. prívlastky čestný — vierolomný, pravdivý — lživý, dôsledný — ľahostajný, spoľahlivý — ľahtikársky, vznešený — vulgárny atď. Zistilo sa, že v súvislosti s atributívnou analýzou môžeme hovoriť o pôsobení zákona prechodu kvantitatívnych zmien na kvalitatívne zmeny. To znamená, že nahromadenie negatívnych charakteristík nejakej osoby môže mať za následok práve opačnú reakciu a príjemca začne pochybovať o ich pravdivosti. Preto sa pri presvedčovaní nesmie prekročiť hranica záporných ani kladných prívlastkov, ktoré je príjemca schopný prijať.

Osobitosťou *asertorickej analýzy* je objasnenie vplyvu frekventovanosti určitých stálych stereotypných tvrdení na pochopenie zmyslu informácie. Podľa A r t e m o v a (1972, s. 102) sa sociálnopsychologické stereotypy chápu ako trvalo zakotvené postoje k rovnakým alebo navzájom podobným javom, faktom a pod. Od ostatných postojov sa odlišujú tým, že abstrahujú detaily známe iba špecialistom a objasňujú podstatu javu jedným alebo niekoľkými slovami. K o n d r a t e n k o (1968) pri analýze sociálnopsychologickej podstaty stereotypizácie myslenia zdôrazňuje, že človek by sa bez schopnosti zovšeobecňovania a stereotypizácie nemohol orientovať v neustále narastajúcom a rýchlom prúde čoraz zložitejšej a diferencovanejšej informácie.

Frekventovanosť stereotypných tvrdení má však takisto svoje hranice. Ak sa prekročia, stereotypizácia stráca svoju účinnosť. Keďže opakovanie je pre stereotyp nevyhnutnou podmienkou jeho vzniku a pretrvávania, otázkou je, akú frekvenciu majú mať určité stereotypné tvrdenia bez toho, aby nestratili svoju príťažlivosť. Aj tu sa ukázalo viacero možností. Napríklad z psychológie reklamy uplatňovanej na Západe vyplýva, že účinnosť stereotypného tvrdenia môže trvať aj pri jeho neustálej frekventovanosti, ak sa do tvrdení vnášajú niektoré nepodstatné alebo čiastkové zmeny. Osvedčili sa predovšetkým také zmeny, ktoré vystupňujú stereotypne opakované tvrdenia. Napríklad najprv sa v reklame frekventuje iba zubná pasta, potom superpasta, neskôr ultrapasta a napokon superultrapasta. Ďalšia možnosť udržania účinnosti stereotypného tvrdenia (aj pri jeho neustálej opakovateľnosti) spočíva v jeho verbálnej modifikácii. S c h r a m m vyjadruje túto možnosť aforizmom: „Ak už ľudia dospeli k záveru, že kefka na zuby je dobrá vec, potom ich možno pomerne ľahko presvedčiť, že aj niektorá kefka je nádherná vec."

Možnosti pretvárania stereotypných tvrdení v myslení ľudí však upozorňujú, že asertorická analýza

zároveň odkrýva aj nebezpečenstvo manipulovania mienkou a postojmi ľudí. Nie náhodou vidí Š í p o š (1980, s. 3) v stereotypizácii myslenia aj „metóda prepierania mozgu“ a A r t e m o v (1972, s. 103) v konštruovaní neprimeraných stereotypov zasa jednu z metód buržoáznej propagandy „na vypracovanie spôsobov, ako zahmlievať vedomie ľudí“.

IV.
PERSUÁZIA V ŽIVOTE ČLOVEKA

Teoretické formovanie pojmu presvedčovanie i jeho chápanie prešli dlhou vývojovou cestou. Pri jeho vysvetľovaní a aplikovaní sa však mnohí dopúšťali deformácií a jednostranností. V súčasnosti je interpretácia tohto pojmu takisto často rozdielna, ba až protikladná, čo je podmienené nielen úrovňou psychologického myslenia v určitej dobe a krajine, ale aj spoločenským zriadením a vládnúcou ideológiou.

V zložitej interakcii medziľudských stykov sa každý neraz ocitne v úlohe presvedčovateľa, ale často aj v úlohe presvedčovaného. Presvedčovanie predpokladá nielen aktívneho presvedčovateľa, ale aj aktívneho príjemcu (recipienta). Každý človek má možnosť na niekoho pôsobiť, či už ako manželský partner, rodič, spolupracovník, priateľ, alebo spoločník. Každý je však odkázaný zároveň aj na utváranie svojich vlastných presvedčení, pretože presvedčenie ako uistenie človeka o niečom súvisí s potrebou istoty a saturovanie tejto potreby pevne vybudovaným systémom presvedčení má pre človeka aj veľký psychohygienický význam.

1. PÔVOD A VZNIK

Doklady o ovplyvňovaní človeka človekom presvedčovaním siahajú až do raného obdobia ľudskej civilizácie. Samo chápanie presvedčovania i jeho uplatňovanie ako odraz spoločenského vedomia sa však v histórii menili. Keďže presvedčovaním rozumieme nenásilné ovplyvňovanie človeka človekom, jeho prvotným znakom bola v minulosti pravdepodobne iba dobrovoľnosť a uistenosť a aj to iba v stave zrodu. No už toto znamenalo značný pokrok vo vzájomnom pôsobení „prvotných" ľudí, ak si uvedomíme, že človek si svoje primitívne impulzy a záľuby používať tvrdé opatrenia charakterizované fyzickým násilím cvičil desaťtisíce rokov.

V *otrokárskej spoločnosti* sa uplatňovali rozličné spôsoby a formy násilia, a preto presvedčovanie, aj keď vychádzalo z dobrovoľnosti a uistenosti, sa chápalo triedne. Učenci zistili, že starí Egypťania sa už pred viac ako tritisíc rokmi zamýšľali nad niektorými princípmi medziľudského ovplyvňovania. Prvé písomné doklady o rozličných presvedčovacích

spôsoboch sa zachovali v podobe inzerátov. Najstarší inzerát, ktorý mal presviedčať ujdených otrokov, bol napísaný na zvitku papyrusu asi roku 3000 p. n. l. v Thébach. Iné inzeráty získavali bojovníkov pre gladiátorské súboje a našli sa pri vykopávkach v starobylých Pompejách (B r e m b e c k, 1976, s. 56).

V starovekom Grécku sa presvedčovanie nielen uplatňovalo, ale stávalo sa aj predmetom analýz ako jeden z prostriedkov medziľudského ovplyvňovania. Nepriamo sa s problematikou presvedčovania stretávame v tzv. *sokratovskej maieutike*. Keďže sám S o k r a t e s (649—399 p. n. l.) nič nenapísal a jeho metódu možno spoznať len na základe dokumentov jeho žiakov a niektorých antických autorov, siahneme po Xenofonových Spomienkach na Sokrata, v ktorých sa opisuje, ako uplatňoval Sokrates svoju metódu pri rozhovore s Euthydemom, ktorý chcel vedieť, čo je spravodlivosť a čo nespravodlivosť.

„Spočiatku navrhol Sokrates zaznamenať spravodlivé veci do rubriky delta a nespravodlivé veci do rubriky alfa. Potom sa pýtal Euthydema, kam zapísať lož. Euthydemos navrhol zapísať lož do rubriky alfa (nespravodlivosť). Takisto navrhol, aby sa do tejto rubriky zapísal podvod, krádež a únos ľudí kvôli predaju do otroctva. Na Sokratovu otázku, či možno niečo z tohto zapísať do rubriky delta (spravodlivosť), odpovedal Euthydemos rozhodným odmietnutím. Tu položil Sokrates Euthydemovi takúto otázku: Je spravodlivé zotročiť obyvateľov nespravodlivého, nepriateľského mesta? Euthydemos pokladal takéto konanie za spravodlivé. Sokrates potom položil podobnú otázku o klamaní nepriateľa a o krádeži a lúpeži majetku obyvateľov nepriateľského mesta. Všetky tieto činy pokladal Euthydemos za spravodlivé a dodal, že pôvodne si myslel, že Sokratove otázky sa týkajú len priateľov. Sokrates ho však upozornil, že všetky činy pôvodne zapísané do rubriky nespravodlivosť, treba preniesť do rubriky spravodlivosť. Euthydemos s tým súhlasil, na čo Sokrates prehlásil, že teda staršia definícia bola nesprávna a že treba utvoriť novú definíciu. Voči nepriateľovi sú takéto činy spravodlivé, no voči priateľom sú nespravodlivé a k týmto treba byť čo najspravodlivejší. Avšak ani na tom Sokrates netrval a znovu sa uchyľoval k indukcii. Ukázal, že aj táto definícia je nesprávna a že ju treba zameniť za inú. Sokrates znova odhalil rozpory v tvrdení, ktoré uznal spoločník ako pravdivé, a to v téze, že medzi priateľmi treba hovoriť len pravdu. Sokrates sa pýtal, či koná správne vojvodca, keď na povzbudenie ducha vojska začne klamať svojim vojakom, že sa približujú spojenci. Euthydemos súhlasil s tým, že takéto oklamanie priateľov treba zapísať do rubriky delta, a nie do rubriky alfa, ako to predpokladala predchádzajúca definícia. Podobne pokračoval Sokrates v indukcii, či bude nespravodlivé, keď otec oklame chorého syna a predstiera, že liek, ktorý odmieta, je potrava, a tak syna donúti, aby ho užil. Svojím klamaním vráti synovi zdravie. Euthydemos súhlasil, že aj taký druh klamania treba pokladať za spravodlivú vec. Tu sa ho Sokrates spýtal, ako nazvať čin človeka, ktorý, vidiac svojho priateľa v stave zúfalstva a obávajúc sa, aby neukončil svoj život samovraždou, ukradne mu alebo jednoducho mu vezme zbraň. Túto krádež Euthydemos pokladal takisto za spravodlivú vec. Tým opäť porušil predchádzajúcu definíciu a dospel k záveru, napovedanému Sokratom, že ani k priateľom nemusí byť človek za každých okolností úprimný. Potom prešiel Sokrates k otázke rozdielu dobrovoľného a nedobrovoľného činu. Pokračoval vo svojej indukcii a usiloval sa o novú, ešte presnejšiu definíciu spravodlivosti a nespravodlivosti. Napokon definoval nespravodlivé činy ako také činy, ktoré sa páchajú na priateľoch s úmyslom im škodiť“ (A l e x a n d r o v a k o l., 1950, s. 147—148).

Tým, že Sokrates svoju presvedčovaciu metódu nazval maieutika (v gréčtine to znamená niečo ako pôrodnícke povolanie), zámerne narážal na pôrodnícke povolanie svojej matky, aby zdôraznil, že nie je autorom (otcom), ale len usmerňovateľom rodiaceho sa presvedčenia. V skutočnosti tým, že Sokrates dokázal obratným formulovaním otázok viesť besedujúceho, aby sám aktívne formuloval závery diskusie, vlastne prvý upozornil na veľký význam princípu *zúčastnenosti,* ktorý sa už dnes pri presvedčovaní všeobecne uznáva. Na druhej strane je však sokratovská metóda (str. 257) svojou formou bližšia metóde klarifikácie ako metóde persuázie.

Azda najviac sa zo starovekých mysliteľov zaoberal problematikou presvedčovania Aristoteles (384—322 p. n. l.). Domnieval sa, že najmocnejším nástrojom presvedčovania je tvorba *entymém.* V tradičnej formálnej logike entyméma znamená taký deduktívny úsudok, v ktorom nie je zjavne vyjadrená niektorá časť, t. j. jedna z premís alebo záver. Napríklad v entyméme „luhárom nemožno veriť a tento človek je luhár“ je vynechaný záver, teda „tomuto človeku nemožno veriť“. Aristotelov entymemický model v podstate vychádza z poznania, že každý človek má svoju základnú vieru a uprednostňuje určité hodnoty. Ak sa mu teda v zhode s jeho vierou a uznávanými hodnotami prezentujú určité fakty alebo apely, môže sám dospieť k želateľným záverom (princíp zainteresovanosti a zúčastnenosti).

Je zaujímavé, že entymemický spôsob ovplyvňovania je živý aj 2000 rokov po Aristotelovi. Používajú ho aj tí, ktorí z teórie o tomto presvedčovacom modeli vedia málo. To znamená, že človek sa k nemu dostáva aj nezámerne. S obľubou ho používajú najmä spisovatelia, pretože v emotívnych podmienkach ním dosahujú presvedčivosť myšlienky. Známa je napr. entyméma z komédie Útrapy z rozumu od Gribojedova: „Hodnosti udeľujú ľudia, a ľudia sa môžu mýliť“ (slová Čackého adresované Molčalinovi).

V skutočnosti však entymatický model presvedčovania nepredstavuje ani jediný a ani etický vždy najvhodnejší spôsob ovplyvňovania druhého človeka. Keď máme entymému, t. j. sylogizmus bez niektorého z jeho prvkov, je úplne možné, ako na to poukazoval už S t r o g o v i č (1951, s. 206), že v tej časti sylogizmu, ktorá je vynechaná, je omyl, ktorý (práve preto, že príslušnú premisu sme nevyslovili) nemožno ani zbadať. Niekedy sa napr. uvažuje takto: „Tento človek sa dopustil pri svojej práci chyby, a preto sa nemožno na neho spoľahnúť.“ Zdá sa, že takéto tvrdenie je presvedčivé. Je to entyméma, v ktorej je vynechaná väčšia premisa. Len čo si však túto premisu rekonštruujeme na výrok „nijaký človek, ktorý sa dopustil pri práci chyby, aj keď len jediný raz, si nezasluhuje dôveru“, zisťujeme, že uvedený entymemický sylogizmus nemožno akceptovať. A tak význam Aristotelovho entymemického modelu spočíva predovšetkým v tom, že ním nepriamo upozornil na veľký zástoj princípu zainteresovanosti a zúčastnenosti recipienta pri formovaní vlastného presvedčenia.

V starovekom Grécku sa však nezaoberali iba procesuálnymi otázkami presvedčovania, ale zamýšľali sa aj nad tým, aký význam má už sformované presvedčenie v živote človeka. V súvislosti s tým sa napríklad zistilo, že mravnosť človeka nemožno hodnotiť iba podľa jeho skutkov, ale treba brať do úvahy aj jeho presvedčenie. Doklady o tom nachádzame u Demokrita (460—370 p. n. l.), ktorý pokladal za najmravnejšie iba skutky vykonané z presvedčenia, teda nie zo strachu alebo z prinútenia. „Z hľadiska cnosti bude lepší ten, koho k nej podnecuje vnútorná túžba a slovné presvedčenie, ako ten, koho zákon a sila. Lebo ten, koho zdržiava od nesprávneho (činu) iba zákon, je schopný páchať priestupky tajne, ale koho vedie k splneniu povinnosti presvedčenie, pre toho nebýva zvykom ani tajne, ani verejne páchať priestupky ... Nie zo strachu, ale z presvedčenia sa treba zdržiavať zlých skutkov“ (Zborník 1955, s. 157—158).

Avšak to, čo v súčasnosti rozumieme pod pojmom presvedčovanie, sa v starovekej gréckej filozofii teoreticky a prakticky uplatňovalo a rozvíjalo iba v rámci tzv. eristiky.* Bola to diskusná metóda založená na umení viesť učené „dišputy“. Eristika vznikla ako prostriedok hľadania pravdy cestou sporu a čoskoro sa rozdelila na dialektiku a sofistiku. Dialektiku rozvíjal Sokrates a neskôr jeho žiak Euklides v Megarskej filozofickej škole. Sofistika sa však usilovala iba o víťazstvo nad protivníkom v spore, a preto redukovala eristiku na sumu postupov, pomocou ktorých sa dalo s rovnakým úspechom dokázať, resp. poprieť ľubovoľné tvrdenie. „Eristikovia boli obratní v umení presvedčovať, obhajovať i vyvracať mienku bez ohľadu na jej logickú alebo etickú správnosť. Volili pri tom aj nevyberané prostriedky, ktorými podmanivo pôsobili na city poslucháčov, ba neštítili sa ani ironizovania a zosmiešňovania odporcov. Jednoducho boli zbehlí v tom, čo sa nazývalo »*Ton hétto logon kreitto poiein*«, t. j. pomáhať slabšiemu dôvodu zvíťaziť nad silnejším“ (B a h n í k a k o l., 1974, s. 192). Aj keď eristická metóda spočíva vo formálnej hre so slovami, často odtrhnutými od skutočnosti, predsa má význam práve preto, že nepriamo upozornila (i keď nie na najvhodnejších príkladoch) na veľký význam *zdôvodnenosti* toho, čo sa v presvedčovacom procese tvrdí.

Ďalšou disciplínou, v rámci ktorej sa už v staroveku rozvíjali niektoré otázky týkajúce sa presvedčovania, bola *rétorika***, a to najmä tie jej oblasti, ktoré sa zaoberali dialo-

---

* Eristika je slovo gréckeho pôvodu: eris = idy — zosobnený „Svár“, teda bohyňa sváru; eridy — spor, hádka; eristikos — hašterivý; neskôr aj špeciálne zbehlý vo vedení učených hádok.

** Rozdiel medzi rétorikou a presvedčovaním je v tom, že zatiaľ čo presvedčovanie je jednou zo slovných *metód* komunikácie, rétorika je jednou zo slovných *foriem* komunikácie (je teda širším pojmom. V rámci nej sa okrem presvedčovania uplatňujú aj iné metódy slovného ovplyvňovania (klarifikácia, sugescia a pod.). Pretože v rečníctve sa rieši problematika štylizácie, rétorika sa stala predmetom nielen psychologických, ale aj jazykovedných rozborov.

gickými a polemickými prostriedkami prejavu. Napríklad z Aristotelovho učenia o rétorike sa čerpajú až dodnes mnohé poznatky týkajúce sa techniky a metodiky dokazovania a presvedčovania. Od Aristotela, ale aj od ďalších Grékov (Teisias, Korax, Antifon, Lysias, Isokrates a predovšetkým Demostenes) sa neskôr učili rečniť aj Rimania. Z nich vynikol najmä známy senátor Cato (235—149 p. n. l.). Od neho pochádza aforizmus „drž sa veci — slová prídu samy". K známym teoretikom i praktikom rétoriky sa zaraďuje svojím spisom „O rečníkovi" Cicero (106—43 p. n. l.). Teoretikov metódy persuázie zaujímajú dodnes formulácie jeho prirovnaní, vtipných rečníckych zvratov a antitéz. Ich pozornosť však priťahuje aj Caesar (100—44 p. n. l.), ktorý sa ako rečník preslávil najmä svojimi polemikami s optimánmi, vyznačujúcimi sa úspornosťou a vecnosťou. Ďalší staroveký učiteľ rečníctva Quintilianus (1. stor. n. l.), ktorý vo svojej dvadsaťzväzkovej učebnici rétoriky riešil viacero závažných otázok súvisiacich s presvedčovaním, napísal: „Rečnícke umenie si vyžaduje nesmierne úsilie, pracovitosť, usilovnosť, rozličné formy nácviku, mnoho poznatkov a životných skúseností, veľkú múdrosť a schopnosť logicky usudzovať." To všetko však platí aj o ovplyvňovaní presvedčovaním.

V *období feudalizmu* sa problematika presvedčovania rozvíjala takmer výlučne v rámci tzv. rétorického umenia. Je známe, že „kresťanstvo, pôvodne ako sociálne hnutie chudobných, sa šíri medzi prostým ľudom najmä zásluhou šikovných kazateľov, ktorí si boli dobre vedomí váhy a hodnoty svojich myšlienok, no vedeli aj to, komu, akým spoločenským vrstvám ich majú adresovať i kto spečatí osud starovekých otrokárskych systémov (Rybár, 1980, s 25).

Aj v náboženskom reformačnom hnutí, ktoré bolo namierené zároveň aj proti sociálnej biede pracujúceho ľudu, vyrástli výrazné rečnícke osobnosti, ako bol Hus, Luther Komenský, Melanchton, Sávonarola a ďalší. Na druhej strane však museli siahať za rečníctvom ako za účinnou zbraňou výchovy v boji proti „kacírom" aj stratégovia protireformácie, a preto sa v kňazských seminároch sústavne vyučovala rétorika. Rečníctvo sa postupne stávalo súčasťou jazykového a spoločenského vzdelávania inteligencie. Na školách sa mládež učila rečniť ešte aj na začiatku 20. storočia (Rybár, 1980, s. 26). Zaujímavú charakteristiku rétorických textov staroveku, stredoveku i raného novoveku, ktoré sa zachovali v archívoch Karlovej univerzity, podáva vo svojej práci Třísk a (1972). V zozname učiteľov rétoriky uvádza aj meno K. Ždiarskeho, ktorý bol pravdepodobne pôvodom Slovák a na univerzite pôsobil v rokoch 1761—1763.

Pravda, nie všetky rétorické texty z obdobia stredoveku sú vždy predmetom záujmu teoretikov persuázie. V popredí ich pozornosti stojí najmä tzv. *virtuálny dialóg*. Je to jazykový postup, pri ktorom vznikne medzi rečníkom a adresátom taká situácia, že rečník odpovedá na skryté otázky poslucháčov. Totiž pre virtuálny dialóg, aj keď je iba fik-

tívny, sú príznačné niektoré postupy používané aj pri presvedčovaní. Predovšetkým je to používanie prvej a druhej osoby (ja — ty) a existencia spätnej väzby. Citlivý rečník registruje v dialogickom prejave zaujatosť adresáta aj vtedy „... keď sa táto prejavuje stupňom alebo — tak povediac — stupňovaním mlčania“ (M i s t r í k, 1980, s. 67).

V rodiacej sa *kapitalistickej spoločnosti* sa problematika presvedčovania spracovávala iba okrajovo — spravidla v súvislosti s riešením rozličných sociálnych a mocenských problémov vplyvu buržoázie v podmienkach feudálneho zriadenia. Na pozadí tohto mocenského zápasu však možno „detegovať“ celkovú psychologickú koncepciu medziľudského ovplyvňovania presvedčovacími prostriedkami. Zaujímavý dokument z tejto oblasti predstavuje kniha talianskeho mysliteľa, štátneho činiteľa, historika a básnika Niccolo M a c h i a v e l l i h o (1469—1527) Vladár. Pretože autor v knihe propagoval nastolenie silnej diktátorskej moci akýmikoľvek prostriedkami, teda nielen násilím a donucovaním, ale aj prostriedkami psychického ovplyvňovania, dostal sa nepriamo aj k problematike presvedčovania. Vychádzal z toho, že aj keď je človek od prírody zlá bytosť, naklonená konať zlo, môže sa zmeniť, ak ho presvedčíme konať dobro. V záujme toho možno využiť akékoľvek prostriedky, vrátane amorálne. Tak do arzenálu prostriedkov, ktoré sú z jeho hľadiska možné, zaradil aj „schopnosť politika byť veľkým farizejom a pokrytcom“, porážať nepriateľov „silou a lsťou“, umenie vládcu vzbudiť u svojich poddaných „lásku a strach“, „donútiť ľudí veriť tomu, čo protirečí ich presvedčeniam“ (K o n a k o l., 1978, s. 128).

Osobitosťou *machiavelizmu* ako určitej teoretickej koncepcie medziľudského ovplyvňovania je teda pripúšťanie a uplatňovanie (v záujme dosahovania vytýčených cieľov) akýchkoľvek prostriedkov, vrátane amorálnych. No tým, že machiavelizmus vychádzal z princípu „účel svätí prostriedky“, poukázal (aj keď vo veľmi deformovanej podobe), že bez zdôvodnenia niet presvedčenia.

Existujú aj ďalšie práce predovšetkým z oblasti filozofie, ktorých autori sa viac alebo menej dotýkajú otázok presvedčovania. Azda s prvým riešením tejto problematiky s pôvodným termínom „persuázia“ sa stretávame až v oblasti psychoterapie a viaže sa k menu D u b o i s. Autor vo svojej knihe Les Psychonevroses et leur traitement moral (Paris 1905) vystúpil proti doterajším psychoterapeutickým praktikám, ktoré sa orientovali prevažne na hypnotické a sugestívne ovplyvňovanie pacientov. Namiesto hypnotického a sugestívneho pôsobenia, ktoré podľa neho mení pacienta na stroj bez vlastnej vôle, žiadal, aby lekári viacej apelovali na rozum a vôľu chorého. Podľa K o n d á š a (1973, s. 32—99) Dubois pokladal morálku za prostriedok, ktorý môže navodiť hlbokú zmenu v duševnom živote, a preto zaviedol „lekárske moralizovanie“. Keďže zdôrazňoval význam jasných predstáv o poruchách, usiloval sa chorým vysvetliť pravdu o chorobe. Robil to tak, že pôsobenie psychoterapeuta prispôsoboval osobitostiam pacientovho úsudku. V jeho chápaní však vystu-

povala persuázia vo veľmi zúženej podobe — iba ako určitý spôsob poučenia, ktorý sa upriamoval na to, aby pacient získal predstavu o príčinách svojich neurotických ťažkostí.

Súčasná moderná psychoterapia už dávno prestala chápať persuáziu len ako „lekárske moralizovanie". Aj v medicíne sa uplatňuje širšie chápanie tejto metódy, t. j. také chápanie, ktoré vychádza zo súčasných psychologických výskumov a bádaní uskutočňovaných aj mimo liečebných zariadení, teda na výberových súboroch normálnej populácie (H a r i n g, 1980, s. 59—63).

Problematika presvedčovania sa začínala postupne uplatňovať v rozličných oblastiach života a stávala sa dokonca predmetom multidisciplinárneho záujmu. To však zároveň sťažovalo vypracovanie koherentnej teórie presvedčovania, pretože, ako na to upozorňujú B r e m b e c k a H o w e l l (1976), pribúdajúce práce postupne „strácali čoraz viac schopnosť každá s každou komunikovať". „Uprednostňovaním vlastného žargónu a vedeckej abecedy spojených so špecializáciou (do určitého stupňa je nevyhnutné) sa znižovala príležitosť na vzájomné porozumenie. Totiž klasická rétorika a moderní experimentátori v oblasti komunikácie i vied o správaní pracujú v celkom odlišných oblastiach pojmov, a preto môžu iba ťažko porozumieť jeden druhému" (B r e m b e c k a H o w e l l, 1976, s. 6—8).

Multidisciplinárne riešenie rozličných otázok presvedčovania, no bez súčasného rešpektovania interdisciplinárneho prístupu skutočne iba málo napomáhalo vedeckému rozvíjaniu tejto problematiky. Naopak, u niektorých západných autorov vznikla dokonca tendencia uprednostňovať iracionálne prístupy a presvedčovanie sa chápalo skoro ako umenie. Treba povedať, že táto tendencia trvá až dosiaľ. Napríklad roku 1968 vyšlo v Bostone druhé vydanie publikácie Umenie presvedčovať (W. C. M i n n i c k: The Art of Persuasion). Aj T h o m p s o n (1975, s. 8), autor známej knižky Process of Persuasion, v úvode svojej práce konštatuje: „Konečná mienka tejto knihy je, že presvedčovanie je umenie a nie veda."

Azda prvým autorom práce o presvedčovaní v českom jazyku je V. Š i m e r k a, ktorý už roku 1881 vydal publikáciu Sila presvedčovania. Roku 1921 bola publikovaná zasa prednáška dr. A. H e v e r o c h a O osobnom presvedčení a jeho poruchách. Heveroch ako profesor psychiatrie označil prednášku ako predprípravu k analýze intuície, a tak je jeho práca zaujímavá aj zo psychologického hľadiska. O špekulatívnom prístupe k tejto problematike i o dobovej poplatnosti jej riešenia hádam najlepšie informujú niektoré ukážky.

„Pretože presvedčenosť je podstatným znakom bludov a halucinácií, z toho vyplýva, že presvedčenosť v úsudku nezávisí od rozumu, ale je daná zvláštnym psychickým činiteľom, *jástvom*, ako zo svojich štúdií dokazujem.

Presvedčenosť o správnosti je podstatným znakom týchto porúch. Presvedčenosť sa tu pripája k nesprávnym úsudkom, či už vznikli prvotne, alebo z halucinácií a zo spomienkových klamov, a povznáša ich na pravdu.

Ak sa pridruží presvedčenosť k náhle vzniknutému úsudku správnemu, ktorého

rozumovú reťaz nepoznáme, máme intuíciu; ak sa pridruží presvedčenosť k náhle vzniknutému úsudku lichému, vzniká blud.

V intuícii aj v blude sa presvedčenosť o správnosti pridruží k nápadu, k náhle vzniknutému úsudku, ktorého vzniknutú reťaz ani nepoznáme. Od toho, k akému úsudku sa presvedčenosť pridružila, závisí osud človeka. Jednému kladie na hlavu vavrínový veniec génia — druhému čiapku šialenstva“ (H e v e r o c h, 1921, s. 27—28).

V 20. a 30. rokoch u nás vyšli aj ďalšie práce o tematike presvedčovania. Patrí k nim Z a c h o v a l o v a práca Presvedčenie z roku 1927. Práca, ako ukazuje jej obsah (čo je pravda, čím je pravda pre človeka, výsledky vedeckého úsilia o pravdu, hodnota a význam presvedčení, úcta k presvedčeniu), je riešená skôr všeobecne a osvetársky ako psychologicky. Keďže je viac opisná ako analytická a viac normatívna ako faktografická, ani jej sa nepodarilo preklenúť oficiálne myslenie svojej doby.

2. UPLATNENIE A ROZVOJ

V súčasnosti je u nás praktické uplatňovanie presvedčovania i jeho teoretické rozpracovanie podmienené potrebami socialistickej spoločenskej praxe a rozvojom príslušných vedných disciplín. Z vied, ktoré sa touto problematikou zaoberajú, vystupujú do popredia najmä filozofia, pedagogika a psychológia. Cenné podnety však možno nájsť aj v iných vedných disciplínach a oblastiach, napr. v semiotike, žurnalistike, teórii rozhodovania, rétorike, teórii komunikácie, juristike atď.

Záujem marxistickej *filozofie* o problematiku presvedčovania vyplýva z faktu, že „filozofické presvedčenia tvoria základ celého svetonázorového systému“ (R o z e n t a ľ a k o l., 1977, s. 508). Teda je to práve svetonázor, ktorého kvalitatívna charakteristika nevyhnutne orientuje pozornosť filozofie aj na problematiku utvárania presvedčenia. Totiž „pre kvalitatívnu kompozíciu svetonázoru je dôležité, aby sa zakladal nielen na poznatkoch, ale aj na presvedčeniach. Zatiaľ čo poznatky tvoria predovšetkým logický komponent svetonázorového systému, presvedčenie predpokladá určitý mravný a emocionálny vzťah tak k poznatkom, ako aj k samej realite“ (R o z e n t a ľ a k o l., 1977, s. 509).

Keďže základná otázka filozofie je zároveň aj svetonázorovou otázkou a svetonázor je zároveň jedným z najaplikovateľnejších filozofických problémov, s filozofickými riešeniami presvedčovanie sa nepriamo stretávame i v prácach zameraných na ideologickú propagandu a agitáciu (P e š i n o v á, Š o l c, 1978; K o l b a n o v s k i j a k o l., 1977; B a d m a j e v, 1975; P o z d ň a k o v, 1977; K u z n e c o v, 1977; N o ž i n, 1980 a ďalší).

Hoci pojem propaganda, agitácia a presvedčovanie spolu úzko súvisia, nemožno ich stotožňovať. *Propaganda* je formou komunikácie rozličných ideologických otázok, v rámci ktorej sa uplatňujú rozličné metódy ovplyvňovania, teda aj metóda presvedčovania. Na druhej strane *agitácia* (z lat. podnecovať alebo podnietiť k niečomu) je politické pôsobenie, ktorého cieľom je

získať široké masy pre nejakú vec, úlohu alebo činnosť. Od presvedčovania sa líši tým, že viac ráta s emocionálnym pôsobením. Podľa V a ň k a (1972, s. 118) „sa agitáciou rozumie metóda, pri ktorej význam a účinnosť emočného momentu prevažuje nad racionálnym momentom v porovnaní s persuáziou, kde je najdôležitejšie racionálne hľadisko". Je tu teda opačný pomer medzi emocionálnym a racionálnym momentom. Pri agitovaní sa kladie dôraz skôr na citové získavanie pre určitú myšlienku alebo zámer. Takéto pôsobenie má komplexnejší charakter — mieri za rozumovú oblasť až do vnútra osobnosti. Preto si každá agitácia vyžaduje okrem rozumového zdôvodňovania aj účinné citové „prebúdzanie" vnútorného zanietenia, sugestívne citové zaujatie. Na rozdiel od persuázie, pri ktorej môže ostať charakter hovorového prejavu v zásade pokojný, monotónny, „nefarbistý", „pri agitáciách pôsobí primárne dramaticky sám hovorový prejav ako výraz vnútorného citového stavu hovoriaceho, čím sa účinnosť vecného výkladu zdôrazňuje a vo zvýšenej miere sugestívne ovplyvňuje" (V a n ě k, 1972).

Okrem nepriamych filozofických prístupov k riešeniu problematiky presvedčovania, poznáme aj prístupy priame, v ktorých sa táto problematika spracúva z hľadiska teórie poznania. Typickým reprezentantom takéhoto filozofického prístupu je najmä Okunova publikácia *Presvedčenie* (1978). Obsahuje štyri kapitoly, v ktorých sa autor zameriava na objasnenie pojmu presvedčenia, klasifikáciu presvedčenia, utváranie presvedčenia a na riešenie vzťahu presvedčenia a konania. O k u n (1978, s. 56—57 a 74) zdôvodňuje svoj filozofický prístup k presvedčeniu tým, že marxisticko-leninská teória poznania skúma presvedčenie predovšetkým ako faktor vedomého ľudského konania, pričom konanie je aj funkciou určitých presvedčení. Filozofický prístup umožňuje zobraziť všeobecné zákonitosti, faktory a podmienky procesu utvárania presvedčenia, ktoré sú jeho základom. To zároveň umožňuje odpovedať na otázky, kedy a prečo presvedčenia vznikajú, prečo sa pôsobenie rozličných tvrdení a teórií na príslušníkoch rozličných tried neprejavuje hneď, prečo sa vždy v rozličných spoločenských podmienkach a epochách masovým spôsobom utvárajú presvedčenia s veľkou rozdielnosťou obsahu a charakteru, prečo sa historicky objektívne platné poznatky za určitých spoločenských predpokladov uznávajú a naproti tomu za iných odmietajú a pod. Autor konštatuje, že jednotlivé vedné disciplíny nie sú schopné na rozdiel od filozofie dať uspokojujúcu odpoveď nielen na tieto otázky, ale ani na ďalšie problémy svetonázorového charakteru. Aj preto obrovské množstvo faktového materiálu z oblasti vzniku vedeckých presvedčení (napr. fyzika, chémia, biológia, literatúra a pod.) až dosiaľ „leží úhorom".

V *pedagogických vedách* sa problematika presvedčovania a presvedčenia rozpracováva predovšetkým vo vzťahu k výchovnému pôsobeniu, a to v podstate z dvoch hlavných dôvodov.

Prvým dôvodom je zistenie, že ú-

činné výchovné formovanie osobnosti nezávisí iba od získavania vedomostí a znalostí, ale aj od utvárania príslušných presvedčení. Keďže vedomosť sama osebe ešte netvorí cnosť „výchova sa nemôže zredukovať len na učenie“ (Leontiev, 1979, s. 158). Vedomosti, znalosti a vôbec informácie sú síce nevyhnutnou podmienkou výchovného formovania osobnosti. Nespočetné prejavy nedisciplinovanosti až po ťažké kriminálne priestupky (ako denne ukazuje spoločenská prax) nie sú ani zďaleka podmienené tým, že by človek, ktorý takto koná, nepoznal príslušné normy, (teda že by sme ho nestihli informovať), ale sú zapríčinené predovšetkým tým, že na základe príslušných informácií sme ho nestihli alebo nevedeli primerane *formovať*, t. j. utvoriť u neho aj príslušné presvedčenia o zdôvodnenosti a opodstatnenosti dodržiavania týchto noriem.

Druhý dôvod vyplýva z faktu, že formovanie mravného vedomia nie je možné bez formovania príslušných mravných presvedčení. V určitých situáciách možno síce násilím prinútiť človeka, aby sa správal tak, ako chceme, ale „násilím prinútiť človeka, aby bol mravný, nemožno“ (Nikolaičev, 1976, s. 15—16). Ak však platí, že mravný čin nemožno dosiahnuť donucovaním, potom nemožno ani akékoľvek spoločensky žiadúce správanie hodnotiť hneď aj ako mravné správanie len preto, že je v súlade s príslušnými mravnými normami. Zabúda sa, že mravné správanie môže človek predstierať (konformizmus), najmä keď je pod vplyvom nejakého vonkajšieho tlaku (verejná mienka, trest, odmena a pod.). Na druhej strane ani akékoľvek podľa vonkajšieho prejavu aj spoločensky nežiadúce správanie nemožno vždy hodnotiť ako nemravné, ak subjekt vedome nesledoval porušenie mravnej normy, alebo ak za spoločensky nežiadúce správanie ani nemôže. (Máme na mysli nežiadúce správanie podmienené psychickými poruchami alebo chorobami.) Na to, aby sme určité správanie označili ako mravné, treba, aby si jedinec mravnú normu ako určitú hodnotu aj vnútorne osvojil (interiorizoval) a pokladal ju za svoju vlastnú. Preto, ako hovorí Archangeľskij (1969, s. 71), „. . . mravná norma nie je len vonkajším predpisom, ale je aj požiadavkou, ktorú si osobnosť osvojila a prijala ako vnútornú zacielenosť na určité konanie predchnuté vedomím a pocitom povinnosti, zodpovednosti, svedomie“.

Hoci sa zvnútornenie mravnej normy uvádza pod rozličnými termínmi (povinnosť, zodpovednosť, svedomie), predsa sa pokladá za jedno z najadekvátnejších ukazovateľov mravnosti presvedčenie. Nie náhodou sa v etike mravné presvedčenie a presvedčivosť chápu ako kategórie mravného sebauvedomovania človeka. Keďže mravné sebauvedomovanie človeka má procesuálny charakter, presvedčenosť a presvedčenie môžu mať rozličnú podobu. Podľa Kona a kol. (1978, s. 191) môže byť presvedčenosť *skutočná*, keď je založená na ozajstnej uvedomelosti, hlbokom pochopení spoločensky-historických procesov,

potrieb spoločnosti i na pochopení zmyslu požiadaviek morálky. No môže byť aj *deformovaná*, keď si človek nekriticky osvojí určité predstavy a slepo a dogmaticky uverí v absolútnosť princípov, ktoré hlása nejaká autorita, príp. uverí vlastnej neomylnosti (dogmatizmus, fatalizmus, autoritátorstvo). Presvedčenosť takéhoto druhu sa zvyčajne spája so skostnatenosťou, s krajným fatalizmom, s neschopnosťou prihliadať na praktické skúsenosti a zdôvodniť svoje presvedčenie, no spája sa aj s neochotou venovať pozornosť faktom a vypočuť si názory druhých ľudí. Za falošnou presvedčenosťou sa často skrýva prekrútené chápanie zmyslu morálnych požiadaviek, ktoré slúži na zdôvodnenie (pred sebou samým i pred druhými) nemorálnych činov. Presvedčenosť môže byť teda pozitívnou i negatívnou kvalitou.

Závislosť mravnej výchovy od presvedčenosti zapríčinila, že v súčasnej pedagogike sa problematika presvedčovania a presvedčenia najčastejšie spracováva v oblasti teórie výchovy (Bakoš a kol., 1977, s. 87; Vaněk, 1972, s. 82—86 a s. 117—120; Charlamov, 1975, s. 382—385; Akmambetov, 1973, s. 109—114; Pavlík, 1963). Súčasne však treba konštatovať, že hľadisko i rozsah spracovania tejto závažnej metódy ani zďaleka nezodpovedajú jej významu. Je to preto, že v literatúre sa zväčša hovorí o tom, *čo* je presvedčovanie, prípadne *aký* má význam, ale *metodika* uplatňovania presvedčovania, teda to, ako túto metódu čo najefektívnejšie aplikovať pri riešení konkrétnych problémov výchovného procesu, je zatiaľ požiadavkou, pred riešením ktorej pedagogika ešte iba stojí.

Azda najväčšiu pozornosť problematike venuje *psychológia*. Psychológia totiž môže objasniť nielen psychický mechanizmus vzniku individuálnych presvedčení, ale aj psychický mechanizmus ich pretvárania. Na rozdiel od starších psychologických prác, ktoré objasňovali iba otázku, čo je, alebo čím je presvedčenie v celkovej psychickej štruktúre človeka, súčasná moderná psychológia vyvíja obrovské úsilie aj v tom smere, aby odpovedala na otázku, ako možno čo najefektívnejšie utvárať u človeka žiadúce presvedčenie a ako toto utvorené presvedčenie ďalej stabilizovať.

Záujem psychológie o problematiku presvedčovania je však podmienený aj potrebami a úlohami samej psychológie ako aplikačnej vednej disciplíny. Keďže väčšina súčasných psychológov pôsobí v rozličných oblastiach spoločenskej praxe (v školstve, zdravotníctve, priemysle, v rozličných oblastiach spoločenských služieb, ako aj v rozličných výrobných odvetviach), psychológ stojí prakticky každý deň pred požiadavkou psychického ovplyvňovania jednotlivcov i celých skupín. Psychológ uplatňuje svoje pôsobenie spravidla tam, kde zlyhali bežné ovplyvňovacie metódy — rodičov, učiteľov, zdravotníckeho personálu, majstrov, alebo vedúcich.

Práve od neho sa vyžaduje, aby perfektne ovládal efektívne uplatňovanie všetkých metód individuálneho pôsobenia a teda aj účin-

né uplatňovanie metódy persuázie.

Ako sa v psychológii riešia všetky tieto úlohy a požiadavky? Pretože súčasná psychológia je reprezentovaná celým systémom základných všeobecných a aplikačných i špeciálnych vedných disciplín, odpoveď na túto otázku možno získať iba skúmaním toho, čo sa v tej-ktorej psychologickej vede dosiahlo. Pozornosť priťahujú v tejto súvislosti predovšetkým sociálna, pedagogická, poradenská a klinická psychológia, ale aj rozličné aplikované oblasti sociálnej psychológie práce.

Už skutočnosť, že persuázia je metóda medziľudského ovplyvňovania, ktorá sa uskutočňuje prevažne priamo tvárou v tvár, nám napovedá, že na základnú otázku, ako sa formuje v medziľudskom styku presvedčenie, môže odpovedať predovšetkým tá vedná disciplína, ktorá skúma vplyv človeka na človeka, teda sociálna psychológia. Sociálna psychológia, ako na to upozorňuje P a r y g i n (1968, s. 126—133), by ani nemohla objasniť taký kategoriálny pojem, ako je vzájomné pôsobenie ľudí bez rozličných spôsobov vzájomného ovplyvňovania, medzi ktorými (okrem oboznamovania) zaujíma dôležité miesto presvedčovanie.

Zatiaľ čo „oboznamovaniu zodpovedá vzájomná výmena informácií, presvedčovaniu zodpovedá osobitný názor, vyvracanie názorov, boj motívov, diskusia, spor ...“ V mnohých prípadoch si zladďovanie vzájomného pôsobenia a vzájomného chápania ľudí nevyžaduje podstatnejšiu „prestavbu“ ich psychiky, zmenu v zameranosti vnímania, vo zvykoch alebo návykoch myslenia. V mnohých prípadoch je však dôležitou podmienkou utvárania kontaktu medzi ľuďmi zmena ich psychickej zameranosti. Cieľom presvedčovania je na rozdiel od iných druhov oboznamovania odovzdávanie informácie takou formou, aby sa zmenila na sústavu postojov a zásad osobnosti, príp. aspoň podstatne ovplyvnila túto sústavu (P a r y g i n, 1968, s. 128—130).

Moderná sociálna psychológia dnes už disponuje rozsiahlym súborom poznatkov, metodík a techník (H i e b s c h, V o r w e r g, 1975; N a k o n e č n ý, 1970; K r e c h, C r u t c h f i e l d, B a l l a c h e y, 1968), ktoré ukazujú, ako možno na základe metódy presvedčovania dosiahnuť zmenu psychickej zameranosti, príp. ako ovplyvniť osobnostnú sústavu jedinca.

V súvislosti s aplikačným rozpracovaním rozličných problémov presvedčovania sa najčastejšie stretávame s touto otázkou v tých vedných disciplínach, ktoré sa zameriavajú na riešenie aktuálnych otázok výchovného formovania osobnosti. Napríklad v oblasti pedagogickej psychológie písal o psychologických základoch mravného presvedčenia Ď u r i č* (1974, s. 302).

O výchovných požiadavkách pri uplatňovaní metódy presvedčovania v spoločenskom styku i v podmienkach rodinnej výchovy písal aj v niektorých skorších prácach autor tejto publikácie (G r á c, 1966, s. 176—191; G r á c, 1972, s. 151—155). Charakteristiku persuázie ako metódy emocionálneho ovplyvňovania a jej klasifikačné vydiferencovanie vo vzťahu k iným metódam vonkajšie-

———

* Z novších prác je veľmi zaujímavá štúdia o psychologických osobitostiach cieľavedomého formovania mravných presvedčení od Š a k i r o v e j (1981, s. 47—59).

ho a vnútorného ovplyvňovania nachádzame aj v psychologicky zameranej monografii V a ň k a (1972, s. 115—120). Možnosti presvedčovania ako metódy a prostriedku výchovného formovania osobnosti analyzuje K o v a l e v (1967, s. 298—306). O metóde a spôsoboch presvedčovania píšu aj Landa a Nejmark (B a k o š, 1965, s. 157—172).

Rozvoj psychologických poradenských služieb u nás si doslova vynucuje, aby sa psychológom poskytovali tak metodiky poznávania a diagnostikovania klienta, ako aj metodiky ovplyvňovania jeho osobnostného vývinu a zamerania. V tomto smere sa už urobili prvé kroky pri rozpracovávaní účinnosti informácie na klienta (K o š č o, 1980; B o r o š, 1978), aj keď treba povedať, že viac z pozície metódy oboznamovania ako z hľadiska presvedčovania.

Je to pravdepodobne preto, že uplatňovanie metódy persuázie v psychologických poradenských službách si vyžaduje mimoriadnu zodpovednosť. Treba si však uvedomiť, že v situáciách, v ktorých je človek odkázaný na ovplyvňovanie (a poradenstvo takéto situácie reprezentuje), sa ovplyvňovaniu ani nemožno vyhnúť. Aj rozpaky alebo napoly vyjadrené myšlienky, ba dokonca aj pokus uniknúť ovplyvňovaniu už predstavujú ovplyvňovanie sui generis. Z morálneho hľadiska sa záporne hodnotí nielen také ovplyvňovanie, o obsahu ktorého nie je psychológ presvedčený, ale aj také ovplyvňovanie, pri ktorom psychológ nie je schopný primerane korigovať spoločensky a osobne nežiadúce presvedčenie klienta (pre neznalosť príslušných metód a techník presvedčovania). Nesmieme zabúdať, že v poradenstve je každé povrchné, nedostatočné, neúplné a neúčinné ovplyvňovanie vždy tým najlepším argumentom, ktorý uisťuje klienta o oprávnenosti jeho nesprávnych názorov, postojov a príp. aj presvedčení. Preto platí v poradenstve viac ako v akejkoľvek inej oblasti vzájomného pôsobenia ľudí zásada, že „lepšie je nepresvedčovať, ako robiť to metodicky nesprávnymi spôsobmi".

Ak sa ovplyvňovanie človeka človekom presvedčovaním uplatňuje v náročných a záťažových situáciách recipienta, potom je opodstatnenosť jej uplatňovania v podmienkach choroby a rozličných iných problémov človeka mimo diskusie. Život ukazuje, že potreba presvedčovať chorých, aby sa zbavili rozličných utkvelých predstáv a názorov o nevyliečiteľnosti alebo beznádejnosti svojho zdravotného stavu, je v podmienkach liečebných zariadení stále naliehavejšia. Okrem toho rozličné psychologické problémy, ktoré vyplývajú z medziosobného pôsobenia ľudí, vyúsťujú neraz do neuróz, vyhrocujú psychopatie a psychózy, pri liečení ktorých sa často uplatňuje aj metóda presvedčovania. Niet sa čo čudovať, že metóda presvedčovania — persuázia sa prvýkrát uplatňovala práve v zdravotníctve (M j a s i š č e v, 1959, s. 225—232). V súčasnosti, ako to ukazujú práce K o n d á š a (1973) a H a r i n g a (1980, s. 59—63), sa táto metóda ďalej rozpracováva na báze klinickej psychológie, pričom sa tu využívajú aj poznatky z iných psychologických disciplín.

Treba však povedať, že psychológia rozlišuje medzi metódou *persuázie* a *psychagogikou.* Podľa Čedíka a kol. (1953, s. 92) sa psychagogika odlišuje od persuázie tým, že je menej naliehavá. Uplatňuje sa vtedy, keď treba pomôcť chorému zrevidovať jeho životné plány, zásady a postoje, ktoré sú v príkrom rozpore so skutočnosťou, a preto sú „večným zdrojom" životných nezdarov a opakovaných sklamaní. Niekedy sa chorý pridŕža zásady, ktorá nie je pre jeho povahu najvhodnejšia. V súvislosti s týmto sa usiluje psychagogika predovšetkým viesť, teda neposkytovať hotový životný plán alebo jeho zmenu. Usiluje sa doviesť pacienta takticky k tomu, aby si nové zásady vybudoval vlastným úsilím.

Niekedy sa psychagogika zamieňa s tzv. autoritatívnou psychoterapiou, čo nie je správne. Hoci psychologické pôsobenie predpokladá autoritu psychológa, jeho pôsobenie sa má predsa len uplatňovať vo forme partnerských vzťahov a na princípe „iba tak veľa, ako je to potrebné a len tak málo, ako je to možné". V liečebných podmienkach je psychagogické pôsobenie často vhodným úvodom pred uplatnením persuázneho pôsobenia (Clauss a kol., 1975, s. 410 a 393).

3. MOŽNOSTI A OBMEDZENIA

Ak sa u nás o presvedčení aj písalo, tak predovšetkým iba z hľadiska jeho významu. To zapríčinilo, že rozliční autori podľa toho, v akých súvislostiach sa s metódou presvedčovania stretávali, vyzdvihovali alebo absolutizovali raz jedny raz druhé prednosti a nedostatky. Pri posudzovaní persuázie však nemožno hodnotiť metódu presvedčovania bez ohľadu na to, čo sa touto metódou dosahuje, teda nezávisle od takých psychických kvalít, ako je *presvedčenosť* alebo *presvedčenie.* Domnievame sa, že iba pri komplexnom chápaní presvedčovania a presvedčenia možno pristúpiť k ich vyhodnocovaniu, pričom východiskom hodnotenia môžu byť aj rozličné úrovne regulácie a autoregulácie ľudského správania. Totiž inak pozeráme na význam metódy presvedčovania, keď ju chápeme ako určitý regulátor vzájomného pôsobenia ľudí, inak, keď ju chápeme ako pedagogický regulátor pri výchovnom pôsobení a inak, keď ju hodnotíme ako jeden z autoregulátorov psychického uspôsobenia jedinca.

Keď hodnotíme persuáziu v tej najvšeobecnejšej rovine, teda keď zisťujeme, aký význam má metóda presvedčovania pri vzájomnom ovplyvňovaní ľudí, musíme si v prvom rade uvedomiť, že je dôležitým atribútom medziľudskej kooperácie. Význam presvedčovania spočíva v tom, že sa *rodí zo spolupráce a predpokladá spoluprácu medzi ľuďmi.* Podľa Kovaleva (1967, s. 299) „presvedčovanie si vyžaduje aktívne vzájomné pôsobenie toho, kto presvedčuje, i toho, kto presviedča. V protiklade k rozličným metódam násilia a donucovania, ktorých použitie má za následok často také nežiadúce prejavy ako rivalizmus a súperivosť, presvedčovanie utužuje spoluprácu, pretože umožňuje nielen voľbu, ale aj dobrovoľnosť pri rozhodovaní recipienta. Na rozdiel od takých metód ovplyvňovania, ako je poučovanie, sugescia alebo príklad, pri ktorých má dominantnú úlohu ovplyvňovateľ a ovplyvňovaný je v submisívnom postavení, je presvedčovanie takou kooperatívnou výmenou názorov, ktorá dovoľuje zúčastneným nielen jednostranné, ale aj obojstranné, čiže vzájomné ovplyvňovanie. Práve preto je pre

túto metódu ovplyvňovania charakteristické to, čo nenachádzame pri iných metódach, že pôvodný ovplyvňovateľ sa môže stať recipientom a naopak, potencionálny recipient sa môže stať presvedčovateľom. Inými slovami, keďže presvedčovanie vychádza zo spolupráce zainteresovaných osôb, predpokladá, že nemusia vždy platiť iba pôvodné návrhy osoby A alebo osoby B, ale môžu platiť aj tie návrhy, ku ktorým sa obidve osoby na základe vzájomného ovplyvňovania spolu dopracovali.

Pri hľadaní odpovede na otázku, aký význam má metóda ovplyvňovania pri výchovnom pôsobení, si treba najprv ujasniť rozdiel medzi vzájomným a výchovným pôsobením. Výsledky spolupráce pri vzájomnom pôsobení ľudí sa nemusia vždy priamo a bezprostredne odrážať aj na ich osobnostnom uspôsobení. Pre výchovné pôsobenie je však typické, že sa vždy zameriava na priame utváranie osobnosti. Pri výchovnom pôsobení sa kladie dôraz na formovanie osobnosti preto, lebo osobnostné pôsobenie človeka sa vždy prejavuje v správaní. Keď by sa však výchovné pôsobenie obmedzilo iba na riešenie konkrétnych životných situácií, zmenilo by sa na drezúru (dril). Pri vzájomnom pôsobení ľudí sa spolupráca prejavuje priamo tak na procese, ako aj na výsledku ovplyvňovania. Pri výchovnom pôsobení sa však spolupráca priamo vzťahuje iba na ovplyvňovací proces, teda nie na jeho výsledok. Je to preto, že vo výchovnom procese je ovplyvňovateľom vždy vychovávateľ a ovplyvňovaným vždy vychovávaný. Aktívna zúčastnenosť recipienta na presvedčovacom procese sa teda pri výchovnom pôsobení odráža iba nepriamo, napr. tak, že napomáha presvedčovateľovi usmerňovať presvedčovaného na základe znalosti jeho situácie. Pri výchovnom pôsobení neplatí to, čo pri vzájomnom pôsobení ľudí, že raz sa prijíma môj, inokedy tvoj, alebo ani môj ani tvoj, ale ten názor, ku ktorému sa spoločne dopracujeme.

Ak si teraz zopakujeme otázku, aký význam má presvedčovanie pri výchovnom pôsobení, do popredia vystúpi to, na čo v rozličných súvislostiach s výchovou upozorňujú zhodne viacerí autori.* Totiž, že *presvedčovanie je najdôležitejšou metódou vnútorného utvárania osobnosti.*

To, že je presvedčovanie najvýznamnejšou metódou vnútorného utvárania osobnosti, má obrovský význam aj pre mravné formovanie. Aj keď je presvedčovanie verbálnou metódou, predsa pri jeho uplatňovaní nevzniká výraznejšie nebezpečenstvo moralizovania, t. j. samoúčelného a od života odtrhnutého deklarovania mravných noriem, ako je to pri metóde oboznamovania a poučovania. Problém mravnej vý-

---

* Napríklad podľa K o v a l e v a (1967, s. 299) „je presvedčovanie hlavnou metódou pri formovaní dorastajúceho pokolenia". „Okrem toho metóda presvedčovania sa vzťahuje na taký spôsob výchovy, ktorý, ako to zdôraznila K r u p s k á a ďalší pedagógovia už v 20. rokoch, je určený na vnútorné podnecovanie mravného vývinu a správania žiakov" (C h a r l a m o v, 1975, s. 383). „Presvedčovanie v epoche výstavby komunizmu je základom výchovy. Jeho úloha a význam budú tým väčšie, čím ďalej sa bude rozvíjať socialistická demokracia . . ." (K u z n e c o v, 1977, s. 195).

chovy nespočíva ani tak v nedostatku poznania a vzdelávania, ako skôr v nedostatku primeraného motivovania človeka. Mravných priestupkov sa ľudia nedopúšťajú spravidla preto, že nepoznajú mravné normy (známa téza „neznalosť zákona neospravedlňuje“ je vlastne adekvátnou reakciou na podstatu problému dodržiavania mravných noriem aj na úrovni ich právneho vyjadrenia). Ak však problém mravného utvárania osobnosti nespočíva v rozvíjaní poznatkov, ale v ich interiorizácii (zvnútornení), potom je presvedčovanie v mravnej výchove významné tým, že predstavuje jednu z nezastupiteľných metód jej praktického uskutočňovania.

Hodnotenie persuázie z hľadiska autoregulácie správania dovoľuje odpovedať na otázku, aký význam má presvedčenie ako určitá psychická danosť na celkové zameranie a uspôsobenie osobnosti.

V súvislosti so zameraním osobnosti treba konštatovať, že presvedčenie (ak už vzniklo) je zo všetkých psychických kvalít človeka jeho *najvýraznejšou charakteristikou osobnostného upriamenia.* Možno povedať, že človeka nemožno úplne poznať bez poznania jeho presvedčenia, pretože práve presvedčenie sa prejavuje v správaní človeka oveľa viac ako napr. poznatky. Na túto skutočnosť upozorňuje aj výskum plnohodnotnej argumentácie (Žuravlev, 1966, s. 18), ktorý potvrdil, že pri argumentovaní robili presvedčovatelia chyby proti všetkým možným pravidlám logického dokazovania, no nikdy nepoužívali argumenty, o pravdivosti ktorých neboli celkom presvedčení.

Presvedčenia ako psychické kvality nás informujú nielen o tom, aký človek v súčasnosti je, ale aj o tom, ako sa bude pravdepodobne správať v budúcnosti. Podľa Pešinovej (1978, s. 9) „je presvedčený človek schopný a ochotný kedykoľvek argumentovať a dokazovať svoje stanovisko i svoje hodnotenie. Presvedčenie umožňuje ľuďom zastávať pevnú pozíciu pri konfrontácii s protikladnými názormi. Presvedčený človek je odolný voči vonkajším vplyvom, nepodlieha ľahko ani ohováraniu a iným falošným a nehodnoverným informáciám ani neodôvodneným náladám“. Je to preto, že mravné presvedčenie je jedným zo základných autoregulátorov motivácie ľudského správania a ako také „. . . umožňuje osobnosti disciplinovať vôľu a sebavedomie, spôsobuje vnútornú cieľavedomosť a sústredenosť, zabezpečuje víťazstvo cieľa nad prechodnými prianiami“ (Akmambetov, 1973, s. 113).

Presvedčenie má ako výraz uistenosti človeka o niečom obrovský význam aj z psychohygienického hľadiska. Čím širšia a vzájomne pospájaná sústava presvedčení človeka charakterizuje, tým je psychicky vyrovnanejší. Naopak ľudia, u ktorých namiesto presvedčení prevládajú neistoty, sú nervove oveľa labilnejší, zraniteľnejší a sú aj náchylnejší na rozličné duševné ochorenia. Dnes už patrí k všeobecne overeným poznatkom, že mnohé duševné ťažkosti a choroby človeka nie sú podmienené iba nerešpektovaním a nedodržiavaním rozličných psychohygienických zásad, ale aj depriváciou v oblasti osobných uisteností. Ani

najmodernejšie psychické tréningy alebo rozličné dômyselne organizované formy trávenia voľna a odpočinku nemajú pre duševné zdravie človeka taký význam, ako osobná sústava jeho životných istôt, ktoré vyjadrujeme pojmom presvedčenie. Nie náhodou sovietsky psychológ Kovalev (1967, s. 322) zdôrazňuje, že mladí ľudia „musia poznať spôsoby sebapresvedčovania a autosugescie ako nevyhnutné prostriedky pri mimoriadne náročných životných situáciách alebo osobitných vnútorných stavoch (nerozhodnosť, strach, neistota atď.)".

Žiaľ, presvedčovanie nie je všemocná metóda. Napriek mnohým prednostiam má aj svoje obmedzenia. Obmedzenie tejto metódy vyplýva z toho, že je to iba špecifická metóda, teda je iba jednou z celej palety metód, ktorými možno človeka ovplyvniť. Napríklad je známe, že človeka so slabou vôľou ovplyvníme lepšie metódou cvičenia ako metódou presvedčovania. Zo sociálnej psychológie je takisto známe (Nakonečný, 1970, s. 276), že za určitých okolností na človeka pôsobia oveľa silnejšie fakty sprostredkovávané na základe informácie, t. j. vysvetľovania, ako fakty sprostredkované na základe propagácie, teda presvedčovania. Nielen pri ovplyvňovaní malého dieťaťa, ale aj pri ovplyvňovaní duševne chorých nevystačíme iba s presvedčovaním, a preto treba uplatňovať aj niektoré spôsoby prinútenia.

Obmedzenie metódy persuázie podmieňuje aj skutočnosť, že nie každý, kto je presvedčený, koná v súlade so svojím presvedčením. Očakávanie, že každý človek, ktorého sa nám podarilo presvedčiť, bude hneď konať v súlade so svojím presvedčením, je takmer naivné. Napríklad mnohí fajčiari, alkoholici a narkomani sú skutočne presvedčení o škodlivosti svojho návyku, a predsa v ňom ďalej pokračujú. Teda rozpor môže existovať nielen medzi poznaním a správaním, ale aj medzi presvedčením a konaním. Predpoklad, že takýto rozpor je možný iba vtedy, keď nebolo presvedčenie u človeka primerane sformované, je neodôvodnený. Vyplýva z preceňovania presvedčovania ako verbálnej metódy a z podceňovania objektívnych vonkajších i vnútorných podmienok, ktoré determinujú správanie každého človeka.

Zložitý vzťah medzi presvedčením a konaním alebo konaním podľa presvedčenia (Überzeugungsgemäsown-Handeln) objasňuje Okun (1978, s. 92—102) na základe troch faktorov.

1. Konanie podľa presvedčenia je funkciou objektívne existujúcich podmienok a predpokladov (napr. spoločenských podmienok, materiálnych predpokladov a pod.). Aj keď každé presvedčenie smeruje k uplatneniu, ak chýbajú objektívne predpoklady a podmienky, konanie podľa presvedčenia je nemožné alebo aspoň značne obmedzené.

2. Konanie podľa presvedčenia je aj funkciou individuálnych schopností a spôsobilostí človeka. So získaním presvedčenia sa nezískava hneď aj schopnosť jeho uplatňovania. To platí najmä o svetonázorových presvedčeniach. Nie každý je rovnako schopný konať podľa svojich presvedčení, ak nemá príslušné znalosti, zručnosti alebo spôsobilos-

ti. No nejde iba o rozumové kvality. V mnohých prípadoch človek nevie konať v súlade so svojím presvedčením, ak mu chýbajú príslušné vôľové vlastnosti. To sa vzťahuje predovšetkým na rozličné spôsoby konania upevnené zvyklosťami (napr. organizovanie denného režimu, spôsobu trávenia voľna a pod.).

3. Konanie podľa presvedčenia je funkciou stavu alebo kvality samého presvedčenia. Ukazuje sa, že ani priaznivé objektívne podmienky, ba ani pozitívne osobné predpoklady (znalosti a vôľové vlastnosti) nemusia ešte zabezpečiť konanie podľa presvedčenia, ak je samo presvedčenie pochybné a nezdôvodnené. Jednoducho neraz aj sama logika veci spôsobuje, že sa nedarí presadiť v konaní to, čo je už svojím charakterom a podstatou absurdné, aj keby človek bol akokoľvek presvedčený o pravdivosti svojho názoru.

Obmedzenosť metódy presvedčovania je v tom, že medzi konaním a presvedčením neexistuje nijaký jednoznačný vzťah. To však vôbec neznamená, že presvedčenie môže byť voči konaniu indiferentné. Každé presvedčenie má tendenciu prejavovať sa v správaní jedinca. Keď sa nemôže presadiť hneď, čaká na svoju príležitosť. Platí to najmä v prípadoch, keď bolo potlačené donútením. Ak sa nemôže presadiť priamo, presadzuje sa nepriamo, napr. v tzv. zastúpených formách správania (človek môže nabádať iných, aby konali tak, akoby sám chcel, alebo môže byť aspoň solidárny s tými, ktorých konanie je v súlade s jeho presvedčením). To všetko naznačuje, že presvedčovanie ostáva aj pri svojich obmedzeniach jednou z najvýznamnejších metód medziľudského ovplyvňovania.

ŠPECIÁLNA ČASŤ

Technický pokrok a s ním súvisiaca neobyčajná náročnosť pôsobenia na materiálne prostredie prinútila človeka, aby neustále starostlivo skúmal a hodnotil všetky podmienky a predpoklady, len čo sa ocitne pred úlohou zmeniť a prispôsobiť si materiálny svet okolo seba. No zdá sa, že človek moderných čias často zabúda odhadovať a zvažovať svoje podmienky a predpoklady, keď stojí pred úlohou ovplyvniť správanie ľudí vo svojom spoločenskom prostredí, akoby bolo pôsobenie na ľudské bytosti menej náročné ako pôsobenie na svet predmetov a vecí.

Základná myšlienka tejto časti knihy vychádza z tézy, že *bez ujasnenia osobnostných podmienok presvedčovateľa a osobitosti ideí vo vzťahu k osobitostiam presvedčovaného sa namiesto optimalizovania ovplyvňujúcich možností utvárajú iba podmienky pre vznik a pretrvávanie riskantných náhodností.*

Analýza podmienok v teórii persuázie sa nazýva kondicionálna analýza. Práve ona je východiskom našich úvah o predpokladoch akéhokoľvek presvedčovacieho pôsobenia človeka na človeka. Každá presvedčovacia interakcia je determinovaná celým súborom predpokladov: z nich vystupujú do popredia na jednej strane osobitosti ľudí, ktorí na seba pôsobia, a na druhej strane osobitosti myšlienok, ktorými sa ľudia ovplyvňujú.

Význam kondicionálnej analýzy vzájomne sa ovplyvňujúcich ľudí spočíva v upozorňovaní presvedčovateľa na to, aby sa dokázal hodnotiť nielen svojimi očami, ale aj očami druhého, a naopak. Význam kondicionálnej analýzy osobitosti myšlienok, ktorými sa ľudia ovplyvňujú, vyplýva zasa z faktu, že hodnota akejkoľvek myšlienky nie je daná len jej obsahom, ale i formou vyjadrenia. Nie náhodou sa hovorí, že medzi hodnotnou a presvedčivou ideou je asi taký rozdiel ako medzi prírodným a opracovaným diamantom. Aj jeden aj druhý sú vzácne, ale ten druhý je príťažlivejší.

V.
ČINITELE PERSUÁZIE

Činiteľmi presvedčovania sú živé bytosti — ľudia. Presvedčovanie predpokladá účasť minimálne dvoch osôb, z ktorých jedna má za úlohu ovplyvniť druhú osobu, príp. obidve osoby sa navzájom pokúšajú ovplyvniť jedna druhú. Ako sme už spomenuli, osoba, ktorá ovplyvňuje druhú osobu presvedčovaním, sa nazýva *presvedčovateľ (persuáder)* a osoba, ktorá je presvedčovateľom ovplyvňovaná, sa nazýva *recipient*.

V konkrétnej situácii presvedčovacej interakcie sa môžu činitele presvedčovacieho procesu objaviť v rozličnej skladbe alebo pomere. Najjednoduchšou presvedčovacou interakciou je *dyáda*, ktorá predpokladá jedného persuádera a jedného recipienta. V bežnom živote predstavuje dyáda najčastejší model vzájomného pôsobenia činiteľov presvedčovania, a preto je aj najbežnejším východiskom psychologických rozborov. Sú však prípady, keď na jedného recipienta pôsobia súčasne viacerí presvedčovatelia (napr. celá rodina nahovára svojho člena, aby nechodil s osobou N, ale radšej s osobou M, alebo aby si nezvolil také, ale iné povolanie). Model „viacerí persuáderi — jeden recipient" je typický pre výchovné pôsobenie. Ak však persuáder pôsobí zároveň na viacerých ľudí, hovoríme o presvedčovaní, ktoré sa uskutočňuje na základe rétoriky. S modelom „jeden persuáder — viacerí recipienti" sa stretávame najčastejšie v oblasti propagandy.

Bez ohľadu na to, o aký model vzájomnej skladby činiteľov presvedčovania ide, je presvedčovanie — podobne ako vysvetľovanie — vždy bipolárnym procesom. Zároveň je tu však aj určitý rozdiel. Zatiaľ čo si pri vysvetľovaní zúčastnení činitelia spravidla nemôžu vymeniť funkciu (napr. v tom zmysle, aby učiteľ prevzal úlohu žiaka a žiak úlohu učiteľa), funkcie činiteľov presvedčovania nie sú vždy tak pevne vyhranené. V presvedčovacom procese sa spravidla každý usiluje presvedčiť každého o svojej pravde. Ide tu často o recipročný proces, v ktorom sa presvedčovateľ neraz stáva presvedčovaným a presvedčovaný presvedčovateľom (pozri rámik č. 3).

Reciprocita presvedčovacieho pro-

Rámik č. 3 *Koho najviac presvedčujeme*

V jednom výskume sme žiadali 205 respondentov, aby v predloženom zozname osôb podčiarkli tú, na ktorú v ostatných dvoch rokoch najviac pôsobili metódou presvedčovania. Na základe získaných výsledkov sme presvedčovaných rozdelili do troch skupín.

Do skupiny C sme zaradili osoby, na ktoré sa presvedčovaním nepôsobilo, alebo sa na ne pôsobilo iba málo (získali 0—8 % údajov). Patrili sem starí rodičia (2,1 %), otec (3,6 %), kolega (3,6 %), syn (4,3 %), iná osoba (5,0 %), brat (3,6 %), dcéra (6,5 %), pracovne podriadený (7,2 %) a sestra (7,2 %).

Skupinu B tvorili osoby, na ktoré sa metódou presvedčovania pôsobilo stredne často (získali 9—16 % údajov). Patrili sem matka (9,4 %), manželský partner (10,8 %) a milenecký partner (13,0 %).

Skupinu A tvorili tí, na ktorých sa presvedčovaním pôsobilo veľmi často (získali 17 % údajov a viac). Patrila sem však iba jedna osoba — kamarát.

Ďalej sa ukázalo, že vekom presvedčovateľa sa mení objekt presvedčovania. Keď sme respondentov rozdelili do dvoch vekových kategórií (mladšiu tvorili 18—26-roční a staršiu 27— a viac-roční), zistili sme, že „kamarát" si svoje výnimočné postavenie udržal iba zásluhou mladších, u ktorých získal až 28,4 % údajov, zatiaľ čo v skupine starších získal iba 10 % údajov. Naproti tomu u starších sa na prvé miesto dostal manželský partner (20 %) a pracovne podriadený (18 %). Ďalej sme zistili, že vekom stúpa pôsobenie metódou presvedčovania aj na syna (stúpol z 1,1 % na 10 %) a na dcéru (stúpol z 2,2 % na 14 %). Vekom klesá uplatňovanie metódy presvedčovania na matku (klesol z 12,3 % na 4 %), sestru (klesol z 10,1 % na 2 %) a mileneckého partnera (klesol z 3 % na 4 %). Celkové vekové rozdiely sa prezentovali aj zápornou koreláciou ($r_s = -0{,}04$).

Výsledky v tejto podobe ukazujú, že uplatňovanie metódy presvedčovania je podmienené viacerými skutočnosťami. Patria k nim predovšetkým rozličné závislosti, ktoré vyplývajú z medziľudských vzťahov subordinácie. (Napríklad vedúci, či chce, alebo nechce, musí ovplyvňovať podriadeného.) Teda tam, kde je potrebné časté ovplyvňovanie, používa sa častejšie aj metóda presvedčovania. Zároveň sa však ukázalo, že presvedčovanie je pre svoje znaky (dobrovoľnosť, zúčastnenosť, zainteresovanosť) pravdepodobne aj vysoko selektívnou (výberovou) metódou. Uplatňuje sa predovšetkým tam, kde sa vyžaduje vysoký stupeň vzájomného porozumenia, napr. v partnerských vzťahoch. Preto sú kamarát, milenecký partner (u mladších) a manželský partner (u starších) osoby, na ktoré sa najčastejšie pôsobí metódou presvedčovania. Teda najčastejšie presvedčujeme toho, od koho chceme, aby nás najviac chápal.

cesu však neznamená, že si možno funkciu presvedčovateľa a presvedčovaného zamieňať. Objektívne je persuáderom ten, kto je v danej ovplyvňovacej interakcii aktívnejší, teda ten, kto celý presvedčovací proces, príp. jeho časť riadi a usmerňuje z hľadiska nejakého presvedčovacieho cieľa bez ohľadu na to, či sa mu to podarí, alebo nepodarí. Naproti tomu recipientom je ten, kto nemá za cieľ zmeniť toho druhého, ale skôr sa bráni, ako presadzuje a vôbec v celom ovplyvňovacom procese je pasívnejší. To, že sa aj pasívnejší člen dyadického ovplyvňovania, teda recipient, môže pri obhajobe svojho stanoviska subjektívne pokladať za rovnocenného presvedčovateľa, má veľký psychologický význam. Zapríčiňuje, že výsledok ovplyvňovania recipient nechápe ako mocenské presadenie jedného činiteľa pred druhým, ale ako vlastné prepracovanie sa k pravde na základe spoločných úvah.

1. OSOBNOSŤ PERSUÁDERA

Významným osobným predpokladom úspešného presvedčovania je *presvedčivosť*. Ide o osobnostnú charakteristiku persuádera, ktorá mu umožňuje úspešne pôsobiť na zmenu alebo formovanie presvedčenia u druhých ľudí. Otázkou však je, prečo jedného človeka charakterizuje väčšia a iného menšia presvedčivosť. Výskumy a riešenia tejto problematiky možno rozdeliť do dvoch skupín.

V prvej skupine výskumov presvedčivosti sa táto osobnostná disponovanosť odvodzuje od používania vhodných presvedčovacích praktík. Výsledkom je zostavovanie rozličných inventárov o tom, čo by si mal presvedčovateľ osvojiť, alebo čo by mal robiť, aby pôsobil presvedčivo. Napríklad T h o m p s o n (1975, s. 22) svoje odporúčanie pre presvedčovateľa zhrnuje do desiatich bodov.

1. Mal by si ujasniť pojem predmetu presvedčovania;
2. mal by analyzovať osobnosť presvedčovaného a prispôsobiť sa mu v štýle formulovania myšlienok a prednesenia správy;
3. mal by sa správať tak, aby ho recipient prijímal ako kompetentného a vierohodného;
4. v priebehu presvedčovania by mal dokázať, že dôkladne pozná danú problematiku;
5. mal by jasne a informujúco formulovať myšlienky;
6. mal by hovoriť plynne, priamo a s primeranou hlasovou variabilitou;
7. mal by si zostaviť strategický plán pre danú interpersonálnu situáciu;
8. mal by sa usilovať získať a udržať pozornosť a riadiť záujem počúvajúceho v súlade s hlavnými myšlienkami obsahu presvedčovania;
9. mal by zbehlo používať existujúce metodiky a techniky presvedčovania;
10. mal by vychádzať z noriem spoločnosti a rešpektovať jej záujmy.

Prednosťou individuálnych rád a skúseností jednotlivých autorov je, že sa neraz vyznačujú prenikavým pohľadom na zložitú interper-

Rámik č. 4 *Čo sa ľuďom nepáči*

Pri spracovaní tejto problematiky sme sa obrátili na 205 respondentov (vek od 20 do 35 rokov), aby odpovedali na otázku „čo sa vám u ľudí, ktorí vás chceli v ostatnom čase presvedčiť, najviac nepáčilo na ich presvedčovacích postupoch". Získali sme odpovede, ktoré sa dali podľa významu rozdeliť do 5 skupín.

— nešlo o presviedčanie, ale o násilné vnucovanie (37,8 %);

— nebranie ohľadu na argumenty druhého, neschopnosť pochopiť druhého (25,6 %);

— nereálnosť a neznalosť obsahu presvedčovania (17,1 %);

— presvedčovateľ nekonal tak, ako hovoril (11 %);

— zvýšený hlasový prejav, krik (8,54 %).

Distribúcia odpovedí respondentov podľa veku a pohlavia si nevyžiadala zmeniť existujúce poradie odpovedí. Získané odpovede naznačujú, že recipienti sú najviac citliví vtedy, keď sa metóda presvedčovania zamieňa s rozličnými spôsobmi slovného manipulovania, alebo keď sa o presvedčení iba hovorí, ale fakticky sa ovplyvňuje rozličnými prostriedkami psychického vnucovania sa a donucovania.

sonálnu komunikáciu. Na druhej strane však, pretože sa často zakladajú iba na osobných skúsenostiach a dohadoch, zachytávajú spravidla len javové (povrchové) stránky ovplyvňovacieho procesu a podstata (pretože je skrytá) im uniká.

Keďže ku skrytej podstate možno preniknúť len metodologickými prostriedkami vedy, realizujú sa aj v oblasti odhaľovania presvedčivosti persuádera nielen rozličné exploračné (pozri rámik č. 4), ale aj experimentálne výskumy. Preto sa mnohé rady založené iba na individuálnych skúsenostiach, ktoré sa ešte donedávna pokladali za nemenné, stávajú iba vstupnými hypotézami psychologických výskumov. Tieto hypotézy napomáhajú odpovedať na otázku, ktoré odporúčania majú len špekulatívnu hodnotu a ktorým možno pripísať objektívnu platnosť.

Druhú skupinu tvoria prístupy, ktoré sa usilujú túto osobnostnú disponovanosť odvodzovať z osobných vlastností presvedčovateľa. Totiž osobné vlastnosti, ako ukazujú práce viacerých autorov (Kuznecov, 1977; Nožin, 1980; Pozdňakov, 1977; Pešinová, Šolc, 1978), sú dôležitým faktorom úspešného ovplyvňovania človeka človekom. Preto sa v príslušnej literatúre nahromadil celý súbor poznatkov o tom, aký by mal presvedčovateľ byť, aby úspešne splnil svoju úlohu. Z psychologického hľadiska je zaujímavé zistenie Kelmana (1968, s. 57—78), ktorý z hľadiska presvedčivosti pokladá za najúčinnejšie tri vlastnosti: *úprimnosť*, *atraktívnosť* a *silu*. Podľa neho sú

tieto vlastnosti účinné preto, lebo každá z nich pôsobí na iný psychický mechanizmus presvedčovaného. Napríklad úprimnosť sa presadzuje u recipienta psychickým mechanizmom zvnútornenia (internalizácie), atraktívnosť mechanizmom identifikácie a sila mechanizmom vyhovenia (obsekvencie).

Toto vymedzenie má pravdepodobne tiež svoje nedostatky, a to tak v oblasti delenia vlastností persuádera, ako aj v oblasti delenia psychických mechanizmov recipienta, keďže jednotlivé zložky nie sú od seba zreteľne odlíšené. Napríklad každá atraktívnosť zahrnuje v sebe aj silu už len preto, že priťahuje. Na druhej strane pri psychických mechanizmoch zasa platí, že identifikáciu a internalizáciu nemožno vedľa seba postaviť ako druhové pojmy, pretože každá identifikácia je špecifickým prejavom internalizácie, pričom identifikácia i internalizácia, aby sa vôbec mohli uskutočniť, predpokladajú (aspoň v začiatočnej fáze svojho vzniku) aj mechanizmus obsekvencie, čiže vyhovenia. Napriek týmto klasifikačným nedostatkom sa uvedené delenie v súčasnosti uplatňuje. Z našich autorov ho v súvislosti s persuáziou uvádza napr. H a r i n g (1980, s. 60). Pre nás je takisto východiskom, resp. formálnym rámcom rozborov a úvah o presvedčivosti.

ÚPRIMNOSŤ A PRESVEDČIVOSŤ

Na veľký význam úprimnosti ako osobnostnej črty presvedčivosti persuádera upozorňujú skoro všetci autori, ktorí sa podrobnejšie zaoberali problematikou medziľudského ovplyvňovania. Z antických autorov to bol už Aristoteles, no najmä Quintilianus, ktorí zdôrazňovali, že nevyhnutným predpokladom úprimnosti poslucháčov je úprimnosť rečníka. Aj podľa sovietskeho psychológa K o v a l e v a (1967, s. 299) závisí presvedčovanie od úprimnosti. K o v a l e v dáva úprimnosť do súvislosti s takými vlastnosťami, ako je dôvera, smelosť a otvorenosť.

Od skutočnej úprimnosti však treba odlišovať úprimnosť predstieranú, ktorá má práve preto, že je len hraná, na príjemcu záporný účinok. Otázkou je, do akej miery vie recipient v bežnej komunikácii odlíšiť skutočnú úprimnosť od úprimnosti predstieranej. Na túto otázku sa pokúsil odpovedať W i l l s (1970), ktorý v jednom experimente filmoval 24 rečníkov. Každý rečník najprv predniesol správu, ktorej úprimne veril. Potom urobil druhý prednes, v ktorom zdôvodňoval protikladné stanovisko k tomu, ktorému veril. Je zaujímavé, že poslucháči nevedeli odhaliť vo forme prednesu (v hlasovej intonácii a modulácii, v tempe a plynulosti reči alebo v mimike a gestikulácii) indikátory neúprimnosti, a tak rozlíšiť úprimný prednes od neúprimného.

V inom výskume H i l l d r e t h (1965) zistil, že laický poslucháč nie je spravidla schopný rozlišovať medzi úprimnosťou a neúprimnosťou komunikátora. Pretože v jeho pokuse koreloval stupeň efektívnosti persuáznej reči viac s vnímanou ako so skutočnou úprimnosťou, T h o m p s o n (1965, s. 73) na základe toho tvrdí, že komunikátor, ktorý chce

zdôrazniť svoj „ethos“, musí ovládať aj určité stereotypy prejavu úprimnosti.

K týmto výsledkom možno mať niekoľko pripomienok preto, že maskovaná úprimnosť v skutočnosti nemá až taký dosah. Viac ako predstieranie úprimnosti pôsobí na recipienta vlastný obsah tvrdenia, teda to, či recipient na základe svojej skúsenosti a usudzovania môže pripúšťať pravdivosť tvrdenia. Neúmerné zdôrazňovanie úlohy predstieranej úprimnosti je vlastne podceňovaním kritickosti a súdnosti recipienta (pozri výsledky výskumov sovietskeho autora E r š o v a, 1978, na str. 193).

Tieto skutočnosti zároveň nabádajú aj k určitej ostražitosti. Nielen preto, že nie každý persuáder, ktorý sa v medziosobnom ovplyvňovaní javí ako úprimný, je aj skutočne úprimný, ale aj preto, že nie každé tvrdenie možno odhaliť ako nepravdivé. To platí najmä o tvrdeniach, v ktorých si môže každá alternatíva za určitých špecifických okolností robiť nárok na pravdivosť (pozri rámik č. 14).

PRÍŤAŽLIVOSŤ A PRESVEDČIVOSŤ

Atraktívnosť ako ďalšia osobnostná črta presvedčivosti persuádera je taká vlastnosť, ktorá poskytuje jej nositeľovi možnosť úspešne ovplyvňovať druhých, a to najmä preto, že ľudia sa radi stotožňujú (identifikujú) s názormi, postojmi, ba i so správaním a konaním tých, ktorí sú pre nich príťažliví (atraktívni). Ľudia sa môžu identifikovať nielen s jednotlivými osobami, ale aj s celými skupinami a organizáciami, napr. „fanúšik“ sa zvyčajne identifikuje so svojím futbalovým mužstvom.

Ak teda chceme niekoho ovplyvniť, jeho presvedčovateľmi by mali byť predovšetkým tí, ktorí sú recipientovi sympatickí a nie naopak. Ide tu zvyčajne o medziosobné reakcie, ktoré si ľudia ani neuvedomujú a len detailné psychologické vyšetrenie odhalí, že niekto je len preto zanovitým odporcom niektorých progresívnych názorov, lebo ho pôvodne presvedčoval kolega, ktorý mu bol „odjakživa nesympatický“. Niekedy sa môže averzia k persuáderovi trvalo spájať s averziou k niektorým pokrokovým názorom, progresívnym pracovným postupom, vhodným povolaniam alebo výhodným zamestnaniam.

V ostatnom čase sa problematika vplyvu príťažlivosti komunikátora na zmenu postojov recipienta stala predmetom viacerých experimentálnych výskumov sociálnych psychológov. V najvšeobecnejšej rovine procedúru všetkých týchto experimentov možno opísať takto:

Subjekty výskumu sa spravidla rozdelia na dve skupiny — experimentálnu (pokusnú) a kontrolnú. V prvej fáze výskumu sú probanti spravidla postavení pred dve úlohy — majú vyjadriť na pripravených stupniciach kladný alebo záporný postoj k rozličným javom svojho sociálneho a materiálneho prostredia a z pripraveného zoznamu vybrať najsympatickejšie a najnesympatickejšie osoby podľa toho, akú profesiu zastávajú. Po skončení tejto časti výskumu experimentátor vyberie len tie postoje, ktoré boli z hľadiska kladného alebo záporného postoja neutrálne a takisto vyberie len názvy tých profesionálnych činností, ktoré boli označené ako najnesympatickejšie alebo ako najsympatickejšie. Neutrálne postoje potom priradí k zástupcom jednotlivých profesií, čím

vzniknú výroky, napr. „známy herec povedal, že gymnazisti sú najmenej prefažovaní domácimi prácami“ alebo „spevák populárnych piesní sa vyjadril, že keď sa berie do úvahy obsah aj rozsah práce, práca mužov je namáhavejšia“.

V druhej fáze výskumu sa pracuje len s experimentálnou skupinou, ktorej sa predloží zoznam výrokov. Úlohou skúmaných je naučiť sa naspamäť mená autorov a ich výroky. Výsledky učenia sa kontrolujú osobitným testom. V tretej fáze výskumu sa na pokuse opäť zúčastní experimentálna a kontrolná vzorka. Experimentátor nejakou zámienkou (napr. „stratil“ výsledky z prvej fázy výskumu) požiada probantov, aby prvú časť výskumu zopakovali. Potom sa výsledky prvej a tretej fázy porovnávajú.

Úlohou takýchto experimentov je odhaliť, či a do akej miery si skúmaní zmenia svoje neutrálne postoje za podmienok, keď si ich v druhej fáze výskumu učením spojili s atraktívnymi alebo neatraktívnymi zástupcami profesií. Výsledky sú spravidla jednoznačné a možno ich vyjadriť formuláciou T a n n e n b a u m a (1956, s. 634), podľa ktorej „. . . množstvo kladnej zmeny postojov je priamoúmerné stupňu príťažlivosti a množstvo zápornej zmeny je priamoúmerné stupňu averzie ku komunikátorovi“. T a n n e n b a u m však pozabudol na úlohu spoločenskej prestíže komunikujúcich osôb. Ešte výstižnejšie formuluje celú problematiku sovietsky psychológ V o r o n c o v (1972, s. 156), keď hovorí, že „. . . informácia je presvedčivejšia, ak s ňou súhlasia populárne osobnosti. Stupeň pôsobivosti takejto informácie je úmerný vzťahu počtu súhlasiacich k počtu nesúhlasiacich. Tento vzorec je však iba relatívny, lebo treba brať do úvahy aj spoločenskú prestíž jedných i druhých“.

Atraktívnosť a averzia nie sú teda navždy dané a nemeniteľné osobnostné danosti. Spravidla človek sympatický ľuďom v jednej skupine nemusí byť práve preto sympatický ľuďom v druhej skupine. Okrem toho intenzitu atraktívnosti alebo averzie si môže komunikátor aj u tých istých poslucháčov zámerne meniť. Činiteľom menlivosti intenzity je tzv. objektivizovaná a subjektivizovaná orientácia persuádera.

V objektivizovanom prístupe sa persuáder napr. emočne reguluje na základe tzv. empatie, t. j. vciťovania sa do druhých. V subjektivizovanom prístupe sa zasa prednostne orientuje na tzv. ego-zážitky, pretože sa domnieva, že jeho city a nálady sú súčasne prežívané aj druhými. V objektivizovanom prístupe vychádza z myslenia svojich recipientov a preto používa argumenty, ktoré sú blízke ich skúsenostiam a úrovni myslenia, v subjektivizovanom prístupe vychádza jedine zo svojich potrieb a želaní, a preto argumenty často zamieňa za výzvy a prevolania. V objektivizovanom prístupe sa pri výbere autorít riadi momentmi sociálnej blízkosti, v subjektivizovanom prístupe si ako autority volí iba svojich favoritov. V objektivizovanom prístupe prispôsobuje celý vonkajší prejav (štýl či formu) svojho správania tomu, čo sa prednostne páči recipientovi, v subjektivizovanom prístupe sa správa tak, aby sa páčil predovšetkým sám sebe.

SILA PRESVEDČIVOSTI

Pre silu ako ďalšiu osobnostnú črtu presvedčivosti persuádera, ktorá sa u recipienta presadzuje mechanizmom vyhovenia (obsekvencie), je príznačné, že je azda najmenej prebádaným psychologickým pojmom. To spôsobuje, že vlastný mechanizmus osobnostnej sily presvedčovateľa sa niekedy nesprávne interpretuje. Napríklad často sa táto vlast-

nosť chápe ako donucovanie, nátlak, násilie, vydieranie a pod., pričom sa zabúda, že ak by to tak bolo, už by sme nemali do činenia s presvedčovaním, ale s inými, napr. s punitatívnymi (trestajúcimi) metódami, pri ktorých výsledné ovplyvnenie nevychádza z vnútornej dobrovoľnosti, ale z vonkajšieho nátlaku. Niekedy sa zasa sila chápe ako obratnosť alebo čaro presvedčovateľa, ktorému sa recipient takmer neuvedomene poddáva. Opäť sa však zabúda, že ani v tomto prípade by sme nemali do činenia s presvedčovaním, ale iba s metódami sugestívneho ovplyvňovania, pre ktoré je príznačné nekritické poddávanie sa vplyvu druhého.

Z osobnostných komponentov, ktoré sa najčastejšie dávajú do súvislosti s persuázne chápanou silou, sa v literatúre uvádzajú emotívne, kognitívne, autoritatívne a etické vlastnosti presvedčovateľa.

Je zaujímavé, že sila emotívnosti presvedčovateľa sa nehodnotí intenzitou alebo extenzitou jej prejavu, ale skôr spôsobilosťou prejavený cit ovládať, regulovať a kontrolovať. Podľa R y b á r a (1980, s. 39 a s. 133) pokojné sebavedomie, triezvosť úvahy a obozretnosť vo výpovediach vždy pôsobia presvedčivejšie ako nervozita, nepokoj, vzrušenie a rečnenie v emfáze. Najmä pri verejných vystúpeniach sa musí vedieť rečník ovládať, aby vlna citového vzrušenia publika neschvátila aj jeho natoľko, že už prestane byť pánom situácie, stratí vládu nad sebou alebo nad publikom.

Predpokladom sily prejavených a neustále regulovaných citov je dôkladné sebapoznanie. Treba si uvedomiť, že aj ten istý človek sa pri sprostredkovaní tej istej informácie môže z hľadiska citov prejavovať protikladne. Napríklad jedinec, ktorý je schopný primerane ovládať svoje citové vzrušenie v písomnej komunikácii, nemusí mať túto schopnosť pri ústnej komunikácii. Takisto človek, ktorý vie používať triezve argumenty aj pri riešení zložitých konfliktov v dyáde, sa môže dostať do neovládnuteľného emočného vzrušenia už pri konštatovaní rozdielnosti svojich postojov s postojmi skupiny alebo publika.

V porovnaní s emotívnymi vlastnosťami sa kognitívne vlastnosti pokladajú za adekvátnejšie zložky sily presvedčovateľovho pôsobenia. Ako sme už spomenuli, kognitívna zložka je podstatnou súčasťou presvedčovania. Nie náhodou sa v tejto súvislosti hovorí aj o sile slov a myšlienok a nie náhodou sa táto problematika stala aj predmetom viacerých psychologických výskumov. Napríklad O s t e m e i e r (1967, s. 137—144) si položil otázku, ktorý prameň poznatkov pôsobí silnejšie na presvedčovanie. Premennými výskumu boli poznatky získané štúdiom, t. j. tzv. knižničné poznatky a poznatky získané vlastnou skúsenosťou, teda poznatky „z pravej ruky“. Výskum ukázal, že obidva druhy poznatkov môžu významne pôsobiť na zmenu postojov. Poznatky z „pravej ruky“ sú však účinnejšie, pretože zvyšujú argumentačnú silu presvedčovateľa najmä z hľadiska jeho kompetencie a vierohodnosti.

Protikladom sily slov a myšlienok založených na argumentoch sú argumenty vyvodzované sofisticky.

Sofistickí persuáderi nekonfrontujú svoje myšlienkové postupy so skúsenosťou. Vychádzajú zo všeobecného predpokladu, že všetko možno zároveň dokázať aj vyvrátiť. Z dialektiky poznávacích procesov je známe, že platnosť alebo neplatnosť akéhokoľvek poznatku podmieňuje okrem iného aj spôsob jeho vyvodzovania alebo hľadisko jeho zdôvodňovania. Sofistickí persuáderi však pri „spôsobe vyvodzovania" porušujú logiku myslenia v tom, že sú schopní vyvracať platnosť pravidla aj výnimkami. Jedným zo znakov sofistického persuádera je, že presvedčovací proces sa pri ňom mení na hádanie a škriepky.

Aj autoritatívne vlastnosti sa dávajú často do súvislosti s persuázne chápanou silou. Rozdiel medzi výrokom neautority a autority je v tom, že čo z úst iných ľudí prijímame ako mienku alebo názor, z úst autority to nadobúda hodnotu argumentu. Teda zatiaľ čo „neautority" môžu pôsobiť iba silou objektívnych argumentov, človek s autoritou pôsobí aj silou subjektívnych argumentov (aj autorita sama osebe pôsobí ako jeden z argumentov). Zatiaľ nie je celkom objasnené, z čoho vyplýva autoritatívna sila presvedčovateľa. Je to preto, že psychológovia sa zameriavajú viac na opis dôsledkov autoritatívneho pôsobenia, no nie na psychologickú analýzu toho, ako sa subjektívna mienka z úst niekoho premieňa „v ušiach" druhého na fakt. K sporadickým a neúplným výskumom z tejto oblasti patrí napr. experiment M i l t o n a (1970, s. 340—350), ktorý skúmal vplyv účinnosti modifikácie intenzity hlasu na poslucháča. V pokuse sa manipulovalo s dvoma experimentálnymi správami — s jednou, ktorá bola prednesená vysokou intenzitou hlasu, a s druhou, ktorá bola prednesená nízkou intenzitou hlasu. Ukázalo sa, že správy, ktoré boli prednesené vysokou intenzitou hlasu, sa zároveň hodnotili ako jasnejšie a logickejšie a ich zdroj sa pokladal za spoľahlivejší, kvalifikovanejší a dynamickejší.

Ak platí, že subjektívnu mienku presvedčovateľa, ktorý nemá autoritu, nemožno vnímať ako argument, neznamená to, že každý, kto má autoritu, disponuje aj persuázne chápanou silou. Úspešnosť presvedčovacieho procesu totiž závisí od celého radu faktov, podmienok a komponentov. Už M a k a r e n k o (1952, s. 15—22) upozornil, že môžu existovať aj tzv. klamné autority, založené napr. na odstupe, moralizovaní, utláčaní, láske, dobráctve, priateľstve a podplácaní.

Závislosť účinnosti autority od jej mravnej podmienenosti nás privádza k otázke, ako súvisí persuázna sila komunikátora s etickou profiláciou jeho osobnostných vlastností. *Etické hľadisko* pripomína, že nestačí, aby presvedčovateľ len niečo objasňoval, vysvetľoval, ale dôležitý je aj jeho celkový morálny život, osobný príklad a predovšetkým súlad jeho činov s normami života socialistickej spoločnosti.

Viacerí naši, ale aj sovietski autori (R y b á r, 1980; K o v a l e v 1967; P o p o v, 1975 a i.) upozorňujú, že dominantnou etickou črtou presvedčivosti je osobné presvedčenie presvedčovateľa. Veľmi výstižne na túto skutočnosť upozorňujú aj biografické údaje zo života význam-

ných osobností. Napr. Andrejev (1965) v známej knihe o osobnosti V. I. Lenina píše: „Nech vystupoval kdekoľvek, sústredili sa na neho všetky pohľady a všetka pozornosť a vydržali až do konca. Účinkovala vážnosť otázky, priamosť, sila pravdy, hlboká presvedčivosť, ktoré zaznievali už v prvých vetách jeho reči . . .“

*

Uviedli sme niektoré osobnostné predpoklady presvedčivosti z hľadiska toho, kto presvedčuje. Ukázalo sa však, že táto oblasť psychologického bádania — nech je už akokoľvek zaujímavá — si zatiaľ nezískala väčšiu vedeckú reputáciu. Je to zapríčinené okrem iného aj tým, že pojmové vymedzenie osobnostných vlastností presvedčivosti je veľmi nepresné. Napríklad taká osobnostná črta ako úprimnosť môže mať rozličný pojmový obsah — od výslovne kladného až po krajne záporný. Nie náhodou môže byť úprimnosť pre niekoho aj synonymom naivnosti. Psychometrický význam vlastností presvedčivosti takisto naráža na značné problémy. Každá vlastnosť je totiž určená nielen svojím obsahom, ale aj rozsahom. Ak sa rozsah prekročí, mení sa neraz aj cnosť na necnosť. Všetky tieto problémy sa doteraz nepodarilo preklenúť ani psychologickými výskumami osobnostných vlastností, ktoré súvisia s presvedčivosťou. Pravdepodobne sa budeme musieť v tejto oblasti ešte dlho opierať iba o zovšeobecnenia, ktoré vychádzajú z bezprostrednej skúsenosti ľudí. K najdôležitejším poznatkom zatiaľ patrí to, že *bez osobného presvedčenia niet ani účinného presvedčovania.*

2. OSOBNOSŤ RECIPIENTA

Ani presvedčovateľ s najoptimálnejšími osobnostnými predpokladmi nemusí byť vždy úspešný. Úspešnosť presvedčovacieho procesu totiž nezávisí iba od osobnostných kvalít presvedčovateľa, ale aj od osobnostných kvalít presvedčovaného. Presvedčovaný nie je „tabula rasa“, na ktorú možno zapísať všetko, čo si persuáder želá. Práve v presvedčovacom procese (na rozdiel od iných spôsobov ovplyvňovania) má recipient relatívnu voľnosť voľby. Požiadavky presvedčovateľa môže prijať, alebo odmietnuť; môže sa k nim stavať úplne protikladne, alebo ľahostajne. To, ako sa recipient bude stavať k zámerom presvedčovateľa, je podmienené ovplyvniteľnosťou jeho osobnosti.*

Viacerí bádatelia sa domnievajú, že ľudí možno podľa osobného zalo-

---

* Pojem ovplyvniteľnosti nie je až dosiaľ v psychologickej literatúre presne vymedzený. Často sa pod tento pojem zahrnuje celý rad fenoménov ako reaktivita na placebo, tendencia k afirmatívnym odpovediam, ľahkovernosť, primárna, sekundárna alebo sociálna sugestibilita, vnímavosť na citovú indukciu, empatia, submisivita, ale aj konformita a najmä persuabilita. Na rozdiel od takéhoto širokého chápania McGuire (1968—1969) predpokladá existenciu všeobecného faktora ovplyvniteľnosti, pričom jednotlivé fenomény ovplyvniteľnosti zaraďuje do troch skupín: sugestibilita, persuabilita a konformita. Iní autori, napr. Kelman a Cohler však predpoklad všeobecného faktora vnímavosti na sociálne ovplyvnenie odmietajú (Hájek, Kratochvíl, 1974, s. 368). Pozitívnejšie výsledky sa dosiahli pri meraní jednotlivých fenoménov ovplyvniteľnosti, ku ktorým patrí aj persuabilita.

ženia rozdeliť na tých, ktorí sú prístupní presvedčovaniu a pomerne ľahko sa dajú ovplyvniť, a na tých, ktorí odolávajú alebo protikladne reagujú. Zaujímavý výskum v tejto oblasti urobil J a n i s (1959), ktorý použil metódu systematickej variácie. Jej osobitosťou bolo, že na skúmané osoby pôsobil rozličnými správami a argumentmi, ako aj rozličnými spôsobmi a prostriedkami ovplyvňovania. Na záver zisťoval korelačný vzťah medzi navodenými postojovými zmenami a použitými spôsobmi persuáznej komunikácie. Výskum ukázal, že u niektorých osôb možno dosiahnuť zmenu názorov alebo postojov bez ohľadu na použitý spôsob komunikácie, pretože sa u nich zistili kladné korelácie medzi výsledkami presvedčovania a použitím rozličných prostriedkov presvedčovania. Následná faktorová analýza interkorelácií medzi skóre postupných zmien priviedla autora k domnienke, že odhalil akýsi všeobecný *faktor presvedčiteľnosti.*

Na základe tohto faktora sa potom začalo rozlišovať medzi tzv. všeobecnou alebo neviazanou presvedčivosťou a viazanou presvedčiteľnosťou. *Neviazaná presvedčiteľnosť* sa definuje ako pohotovosť recipienta akceptovať ovplyvňovanie bez ohľadu na to, kto, čo a ako komunikuje. *Viazaná presvedčiteľnosť* sa zasa vymedzuje ako určitá predispozícia dať sa ovplyvniť len určitým špecifickým komunikačným pôsobením.

Uznávanie všeobecného faktora presvedčiteľnosti je vlastne akceptovaním celostného, a tým aj typologického prístupu k objasňovaniu ovplyvniteľnosti recipienta. Takýto prístup však predpokladá existenciu typov ľudí, ktoré utvárajú priaznivé podmienky na akýkoľvek spôsob ovplyvňovania a naopak.

Proti koncipovaniu všeobecného faktora presvedčiteľnosti existujú viaceré výhrady a námietky. Napríklad ak je presvedčovanie jednou z najvýznamnejších výchovných metód, diferencovanie jedincov na typy s viazanou a neviazanou presvedčiteľnosťou by mohlo zapríčiniť, že na základe jediného vnútorného faktora by sme mohli ľudí rozdeľovať na ľahko vychovateľných a ťažko vychovateľných. V skutočnosti táto námietka celkom neobstojí, pretože z výchovného hľadiska môže byť viazaná i neviazaná presvedčiteľnosť tak pozitívnou, ako aj negatívnou danosťou. Všetko závisí od obsahu vplyvov, ktorým sa jedinec poddáva a ktorým odoláva.

Opodstatnenejšia je námietka, ktorá upozorňuje, že na základe takejto typológie sa vlastne preceňujú a fetišizujú možnosti jednoduchého mechanického pôsobenia presvedčovacími prostriedkami a podceňuje sa to, čo je pre psychickú reguláciu človeka najtypickejšie, t. j. aktívna autoregulácia osobnosti, rezultátom ktorej je lom vonkajších vplyvov na vnútorných podmienkach. Pripomeňme si, že jednou zo základných téz marxistickej teórie presvedčovania je poznatok, že „len ten môže byť presvedčený, kto sa chce dať presvedčiť“ (O k u n, 1978, s. 66).

Typologické delenie ľudí podľa kritéria viazanej a neviazanej presvedčiteľnosti môže vo svojich praktických dôsledkoch „nahrávať“ rozličným reakčným a antihumánnym ideológiám. Ak totiž existujú v ľudskej populácii typy, ktoré môže

ovplyvňovať ktokoľvek a akokoľvek, vznikajú priaznivé podmienky na manipuláciu s myslením, cítením a konaním človeka. V skutočnosti je typologická existencia neviazanej presvedčivosti diskutabilná aj z hľadiska psychologických výskumov. Napríklad podľa K a t z a (1960) nemá faktor všeobecnej presvedčiteľnosti ani teoreticky pevné zdôvodnenie, pretože existujúce korelácie sú pomerne nízke, a teda aj keby tento faktor skutočne existoval, nie je tak charakteristický, aby sa stal typologickým indikátorom presvedčovateľských možností.

Sľubnejšie boli tie psychologické výskumy, ktoré sa vzdali typologického zisťovania a zamerali sa viac na odhaľovanie súvislostí (korelácií) medzi jednotlivými osobnostnými charakteristikami a presvedčiteľnosťou. L i n t o n a G r a h a m (1959) na základe série osobnostných testov vydelili tri skupiny osobnostných korelátov:

1. *koreláty, ktoré súvisia s presvedčiteľnosťou* (potreba spoločenského súhlasu, spoluúčasti a istoty, vysoká úcta k autorite, obdiv moci, malý sklon k projekcii, zážitky nedostatočnosti a menejcennosti, málo dôvernosti, slabý a pasívny obraz o sebe);

2. *koreláty, ktoré súvisia s nepresvedčiteľnosťou* (zameranosť na sebavyjadrenie, tvorivé snaženie, osobný úspech, neviazanosť sociálnymi obmedzeniami, odpor voči nátlaku rovesníkov, malý obdiv moci, zážitky dokonalosti, túžba po dôraznosti a nezávislosti, silný, aktívny, dôrazný obraz o sebe, prílišná sebaanalýza);

3. *koreláty, vyvolávajúce opačne reakcie* — „bumerangový efekt“ (odmietanie rodičovskej autority, mierny obdiv moci, cynizmus, sklon ku projekcii, zážitky fyzickej nedokonalosti, boj proti autorite a konvencii, prejavovanie hostility, hyperkritičnosť).

Tieto koreláty presvedčiteľnosti sa potvrdili aj ďalšími výskumami. Ich nedostatkom však je, že majú pre presvedčovateľa malú inštruktážnu hodnotu. Ten istý recipient môže mať totiž z hľadiska presvedčiteľnosti aj výslovne protikladné vlastnosti, napr. môže prejavovať slabú sebadôveru (znak ovplyvniteľnosti), ale zároveň túži po dôraznosti a nezávislosti (znak neovplyvniteľnosti) a toto všetko sa môže u neho kombinovať s bojom proti autoritám a konvencii (znak opačnej reakcie).

Výskumy tejto oblasti (pozri rámik č. 5) sa ukázali hneď od začiatku veľmi sľubné, ale zároveň aj veľmi náročné. Sľubné preto, lebo odhalené charakteristiky majú nielen teoretickú, ale aj praktickú hodnotu — slúžia presvedčovateľovi ako indikátory jeho ovplyvňovacích možností. Náročné zasa preto, lebo vari nič na svete sa nevyskytuje v takej rozmanitosti a variabilite ako osobnostné charakteristiky človeka. Aby sme sa mohli vôbec nejako orientovať v mozaike ľudských rozmanitostí, je nevyhnutné, aby sme ich analyzovali v určitej klasifikačnej postupnosti.

Keď sme začali jednotlivé charakteristiky posudzovať podľa toho, v akom vzťahu sú k presvedčiteľnosti, ako prvé kritérium ich delenia sme použili jav sprostredkovanosti

Rámik č. 5 *Rozhoduje nielen metóda, ale aj recipient*

Keď sme sa obrátili s pripravenou stupnicou na 205 stredoškolsky vzdelaných osôb vo veku od 19 do 35 rokov s otázkou — „Aké máte skúsenosti s uplatňovaním metódy presvedčovania u iných ľudí?“ — získali sme takéto odpovede:

— spravidla sa mi podarilo presvedčiť (27,2 %),
— striedavo, raz áno, raz nie (69,0 %),
— spravidla sa mi nepodarilo presvedčiť (3,8 %).

Reakcia na otázku umožnila skúmaným osobám, aby si priblížili určité možné úskalia presvedčovania, pretože vlastným cieľom tejto časti výskumu bola analýza odpovedí na otázku — „Čo pokladáte za najväčšiu príčinu neúspechu pri presvedčovaní?“. Respondenti odpovedali takto:

— neznalosť vhodného spôsobu presvedčovania (34,6 %),
— zaujatosť recipienta (47,0 %),
— nevhodný obsah presvedčovania (18,4 %).

Odpovede na prvú a druhú otázku sa od seba nelíšili z aspektu interpohlavných rozdielov (pri prvej otázke $\chi^2 = 5{,}44$; $P > 0{,}05$. Pri druhej otázke $\chi^2 = 1{,}89$; $P > 0{,}05$.

Z výskumnej sondy vyplýva značný optimizmus s uplatňovania metódy presvedčovania. Takých, ktorí jej používaním nedosiahli nijaké výsledky, je zanedbateľne málo. Viac ako 2/3 respondentov zároveň upozornilo, že presvedčovanie nie je všemocnou metódou. Pritom neúspech presvedčovania nie je podmienený (a to je zaujímavé) ani tak obsahom toho, čo je predmetom presvedčovania, ba ani neznalosťou vhodných spôsobov presvedčovania ako skôr povahovým založením recipienta. Podľa respondentov akoby boli medzi nami ľudia, na ktorých nezaberá nijaký spôsob presvedčovania. Jednoducho „rob, čo chceš, aj tak ma nepresvedčíš“. Aj keď objekt ovplyvňovania nemožno umelo odtŕhať od prostriedkov ovplyvňovania, predsa sa znova potvrdilo; že bez preniknutia do psychológie osobnosti recipienta nemožno úspešne ani presvedčovať.

a bezprostrednosti. *Sprostredkované* osobnostné charakteristiky pôsobia na presvedčiteľnosť podmieňujúco, t. j. cez takú psychickú osobitosť, ktorá sama osebe nie je predmetom presvedčovania (napr. vek, inteligencia, introvertovanosť a pod.). Na druhej strane ku *bezprostredným* charakteristikám zaraďujeme tie, ktoré sa presadzujú nepodmieňujúco, pretože samy osebe sú objektom presvedčovania. K takýmto osobnostným charakteristikám patria postoje. Postoj je totiž nielen predmetom presvedčovania, ale aj jeho faktorom.

SPROSTREDKUJÚCE UKAZOVATELE PRESVEDČITEĽNOSTI

Osobnostné charakteristiky recipienta nemusia vystupovať ako prekážky, ktoré možno brať síce na vedomie, no nemožno sa vzhľadom na ne nejako zariaďovať. Už ich poznanie a identifikovanie utvára prvý predpoklad účinného ovplyvňovania. Práve na základe poznania osobnosti presvedčovaného sa možno v záujme úspešného presvedčovania niektorým osobnostným charakteristikám zámerne vyhnúť, iným zase prispôsobiť a niektoré so znalosťou problému kooperatívne prekonávať.

Sprostredkujúce osobnostné charakteristiky recipienta, ktoré sú relevantné k presvedčovaciemu procesu, vystupujú ako osobnostné ukazovatele (indikátory). Delíme ich na extraindikátory (vonkajšie) a intraindikátory (vnútorné).

EXTRAINDIKÁTORY

K vonkajším osobnostným ukazovateľom, tzv. extraindikátorom, ktoré môžu viac alebo menej u recipienta vplývať na vznik jeho priaznivých či nepriaznivých postojov k presvedčovaniu,. patria niektoré sociologické premenné, napr. vek, pohlavie, vzdelanie a pod. Extraindikátormi ich nazývame preto, že sú akoby na povrchu (vonkajšku) osobnosti a ľahšie sa identifikujú.

Osobitnú pozornosť si zasluhuje najmä *vekový indikátor*. Veď už dosiahnutie určitej vekovej hranice je podmienkou, aby sa presvedčovanie vôbec mohlo uskutočniť. Je známe, že presvedčovanie nemožno uplatňovať u detí v predškolskom veku, pretože nemajú ešte celkom utvorený vlastný názor alebo postoj. A tam kde niet vlastného názoru, neexistuje ani protiargumentácia. Preto môžeme predškolákov ovplyvňovať spravidla iba vysvetľovaním a poučovaním, neraz aj sugesciou, ale predovšetkým organizovaním vhodnej praktickej činnosti.

Už priaznivejšie podmienky na presvedčovanie vznikajú v období mladšieho školského veku. Ontogenetický rozvoj rozumových funkcií je už na takej úrovni, že žiak je schopný zvažovať významnosť svojej a cudzej argumentácie. Keďže nie je zaťažený predsudkami a citovo je ešte stále veľmi ovplyvniteľný, možno ho spravidla aj ľahšie presvedčovať.

Čím je žiak starší, tým viac ho možno a aj treba ovplyvňovať presvedčovaním. Neplatí však, že vekom, t. j. postupným starnutím sa dá človek presvedčiť ľahšie. Napríklad v období puberty vznikajú najmä pod vplyvom osobnostného sebauvedomovania vlastné pohľady na svet a dospievajúci sa neradi vzdávajú svojich názorov. Lipnú na nich aj preto, lebo si ich subjektívne vedia zdôvodniť. Aj táto veková osobitosť dospievajúcich (prejavujúca sa istou tvrdošijnosťou až zanovitosťou, keď stoja pred požiadavkou meniť svoje postoje pod vplyvom postojov iných) prispela k tomu, že puberta sa neraz označuje ako „druhá fáza vzdoru".

Vo vekovom období adolescencie vznikajú ťažkosti pri presvedčovaní zasa preto, že u mladistvých pod vplyvom nejedného rozčarovania a

sklamania v dospelých vznikajú kritické tendencie zastávať obozretný a nedôverčivý postoj pri argumentácii dospelých (K r u t e c k i j, 1975, s. 224).

U dospelých nahromadené životné skúsenosti, ale aj určité stereotypy v myslení spôsobujú, že v tomto vekovom období nie je ovplyvňovanie presvedčovaním takisto bezproblémové. Dospelí chcú najmä v pokročilejšom veku vystupovať ako rovnocenní partneri. Preto sa presvedčovaný často stáva presvedčovateľom.

Príslušnosť k mužskému alebo ženskému *pohlaviu,* ako ukazuje literárna sumácia rozličných psychologických experimentov, ktorú urobil T h o m p s o n (1975, s. 400), je pravdepodobne takisto nezanedbateľným extraindikátorom špecifických persuáznych možností. Podľa tohto autora mnoho štúdií potvrdzuje, aj keď nie vždy štatisticky signifikantne, že ženy sú presvedčiteľnejšie ako muži. Autor sa domnieva, že je to pravdepodobne preto, lebo ženy sú responzívnejšie, perceptívnejšie, flexibilnejšie, impresívnejšie a učenlivejšie ako muži. V porovnaní s mužmi sú ženy lepšie aj v používaní jazyka, ale podliehajú viac dojmu, ktorý u nich vyvolala osobnosť persuádera.

Na druhej strane muži sú vraj menej vzťahovační. Majú väčšiu dôveru, sú viac oduševnení a prejavujú viac cieľavedomej aktivity. Muži a ženy sa však nelíšia v komunikačných odpovediach, keď je emociálny náboj v obsahu persuáznej správy minimálny. Zároveň sa zistilo, že korelácie medzi charakteristikami osobnosti a presvedčiteľnosťou sú vyššie u mužov ako u žien. J a n i s (1959) uvádza, že city osobnej „nepostačiteľnosti" sa u mužov spájajú s presvedčiteľnosťou, no u žien je táto korelácia takmer nulová.

Na tieto zistenia sa však treba pozerať kriticky. Sú totiž podmienené špecifickými sociálnymi a kultúrnymi podmienkami spoločnosti, v ktorej príslušníci obidvoch pohlaví žijú. Napríklad vo výskume sovietskeho psychológa E r š o v a (1978), v ktorom vyjadrovali muži a ženy svoj postoj k rozličným výrokom, sa zistilo, že znak pohlavia nepôsobí na odpovede jednoznačne. Napr. u žien sa pod vplyvom dvojstrannej argumentácie prejavuje výraznejšia tendencia k oslabeniu svojho pôvodného postoja, u mužov sa za tých istých podmienok pôvodný postoj skôr posilňuje. V podmienkach zápornej argumentácie však autor nezistil významnejšie rozdiely medzi pohlaviami. V budúcnosti bude potrebné uskutočniť v tejto oblasti ešte viac výskumov, aby sa mohlo jednoznačne konštatovať, v čom a ako sa príslušníci obidvoch pohlaví prezentujú v presvedčovacej interakcii.

Už za „zrejmejšieho" extraindikátora špecifickej alebo viazanej presvedčiteľnosti sa pokladá väčšia alebo menšia *vzdelanostná úroveň* jedinca. P e š i n o v á — Š o l c (1978, s. 25) hovoria v tejto súvislosti o tzv. poznávacích aktivitách. Jeden z možných prístupov k riešeniu tohto problému nachádzame aj vo výskume psychológa H y m a n a a sociológa S h e a t s l e y h o (1954). Niektoré výsledky z tohto výskumu uvádzame:

Výsledky demonštrovaného výskumu naznačujú, že u jedincov

Stupnicová položka:	Percento súhlasiacich so vzdelaním:		
	vysoko-školským	vyšším stredným	nižším stredným
Sexuálni zločinci by mali byť verejne lynčovaní alebo ešte niečo horšie.	18	31	45
Nijaký muž si nemá vziať ženu, ktorá mala sexuálny pomer pred manželstvom.	14	26	39

s nižším vzdelaním bude mať pravdepodobne väčší úspech ten persuáder, ktorý prinesie správy s rigoróznymi požiadavkami a vyvolá neznášanlivosť, netolerantnosť a zaujatosť. Autori však zabudli zdôrazniť, že viac ako vzdelanie vplýva na rigoróznosť postoja obsah toho, čoho sa daný postoj týka.

INTRAINDIKÁTORY

Vnútorné ukazovatele — intraindikátory sú výslovne psychologické osobnostné charakteristiky, ku ktorým zaraďujeme inteligenciu, sociabilitu, egocentrizmus, panovačnosť a pod., z ktorých sa môže každá prejavovať špecifickou komunikáciou. Pretože spôsob presvedčovania závisí (je sprostredkovaný alebo viazaný) od vnútorných osobnostných charakteristík recipienta, ktoré sú akoby skryté pred okom pozorovateľa , nazývame ich *podmieňujúcimi* intraindikátormi.

Viacerí autori (Janis, Hovland, Field, Linton, 1959) sa domnievajú, že významným intraindikátorom viazanej presvedčiteľnosti je vyššia *inteligencia.* Tento indikátor však nie je taký jednoznačný, pretože presvedčiteľnosť závisí v tomto prípade od dvoch podmienok — od pochopenia správy a od prijatia správy.

Komunikácia s inteligentnejšími osobami je ľahšia preto, lebo rozumovo vyspelejší recipienti lepšie pochopia obsah správy a takisto sa rýchlejšie orientujú v protikladných argumentoch. V súvislosti s týmto Hyman a Sheatsley (1954) poukazujú na chronický počet „nevedomcov" medzi americkým obyvateľstvom, ktorí sú z akýchkoľvek protikladných informácií vždy „popletení" a prenechávajú rozhodnutie radšej expertom.

Z hľadiska prijatia správy je vraj na tom lepšie presvedčovateľ, ktorý komunikuje s menej inteligentnými osobami. Totiž menej inteligentní recipienti podľahnú skôr pôsobeniu persuádera, pretože s nižšou inteligenciou súvisí aj nižšia kritickosť a kritické hodnotenie predloženej správy.

Ďalšia skupina autorov Brembeck, Howell, Freedman, Ward, Thops, Thompson a i.) predpokladá, že určitým intraindikátorom je aj tzv. vyššia alebo nižšia *„ego-zameranosť"* recipienta. Všeobecne sa predpokladá, že osoby s nízkym ego-zameraním sú náchylnejšie na ovplyvnenie ako ich protiklady, teda osoby s vysokým ego-

zameraním. Vysvetľuje sa to tým, že nízka koncentrácia na ego utvára priaznivejšie predpoklady na osobne nezaujatú koncentráciu recipienta na obsah správy.

Rozdielne možnosti ovplyvňovania osôb s vysokým a nízkym ego-zameraním vyplývajú z odlišne vnímanej diskrepancie medzi pôvodným postojom recipienta a persuáznou správou. Recipienti s vysokou ego-koncentráciou majú sklon vnímať rozdiel medzi správou a vlastným postojom silnejšie, ako to zodpovedá realite, čo potvrdil aj výskum Freedmana (1964). Autor predložil skúmaným osobám správu, ktorá bola mierne, stredne a extrémne odlišná (diskrepantná) vo vzťahu k pôvodnému postoju probantov. U osôb s nízkou ego-koncentráciou sa zaznamenalo viac postojových zmien aj za podmienok postupného vzrastania diskrepancie, no u osôb s vysokou ego-koncentráciou sa zaznamenali minimálne zmeny už pri strednej diskrepancii.

Zdá sa, že aj *hostilita* a *extrapunitívnosť* sú zjavnými indikátormi viazanej presvedčiteľnosti, t. j. spojenia sily s určitou charakteristikou správy. Zaujímavý výskum urobili Weiss a Fine (1965, s. 246—253). Medzi skúmanými vysokoškolákmi zistili najprv tých, ktorí sa vyznačovali vysokou hostilitou a extrapunitívnosťou. Zároveň im predložili dotazník, ktorým zisťovali ich názory na riešenie delikvencie mladistvých. O niekoľko týždňov po podaní týchto testov pokusným osobám predložili správu o delikvencii mladistvých. V správe sa agitovalo, že najúčinnejším spôsobom riešenia problému je prísna disciplína a tvrdé tresty. Potom skúmané osoby znova požiadali, aby odpovedali na otázky, ktorými sa zisťovali ich názory na riešenie tohto problému. Štyri z týchto otázok obsahoval už predošlý dotazník a šesť otázok bolo nových. Zistilo sa, že osoby so silnou agresivitou v podobe hostility a extrapunitívnosti sú náchylnejšie na presvedčovanie, ktoré vyzýva k nepriateľstvu a trestom.

Určité rozdiely sa vyskytujú aj medzi *uzavretými* a *otvorenými* osobami. Nemožno ich celkom stotožňovať s extravertami alebo intravertami, pretože k uzavretým osobám (closed minded) Frederic (1962) zaraďuje aj osoby panovačné. Tento autor zistil, že uzavreté osoby sú konformnejšie s persuáznym apelom „za niečo". Milton (1970) zasa konštatuje, že uzavretí jedinci majú menšiu schopnosť rozlišovať medzi persuáznou správou a jej zdrojom ako ich protiklady — otvorení alebo prístupní jedinci (open minded). Prakticky to znamená, že keď má uzavretý jedinec záporný vzťah k zdroju správy, spravidla svoj záporný postoj prenáša aj na jej obsah bez ohľadu na to, o čo ide. Naproti tomu otvorení jedinci sa usilujú analyzovať hodnotu samej správy nezávisle od toho, kto správu prináša. Ak by sa tieto závery podarilo potvrdiť výsledkami viacerých experimentálnych výskumov, mohli by sme uzavrieť, že pri presvedčovaní „otvorených" sa treba opierať viac o argumenty, ktoré vyplývajú z logických úvah, ako o argumenty založené na cudzích tvrdeniach niekoho. Naopak, pri presvedčovaní „uzavretých" treba dbať na to, aby nositeľom správy bola osobnosť, kto-

rú recipient pokladá za autoritu (pozri str. 171).

Ukázalo sa, že presvedčiteľnosť sa delí aj podľa toho, či ide o osoby s vysokou, alebo nízkou potrebou *sociálnej afilácie* (afilácia — pripojenie, pričlenenie). Afilačne orientované osoby sú prístupnejšie správe, ak im jej prijatie prinesie priateľstvo, sociálne schválenie, posilnenie a zvýšenie akceptabilnosti v referenčnej skupine. Podobne jedinci s vyšším skóre anxiozity (úzkosti) menia svoj postoj skôr ako tí, ktorých skóre je nižšie. Bernard (1957) to vysvetľuje tým, že vysoko anxiózne osoby presvedčenie skôr prijímajú, pretože tak sa dostávajú do súladu s persuáderom. Súlad s persuáderom uspokojuje ich potrebu bezpečnosti a istoty a istota zasa pozitívne vplýva na zníženie ich anxiozity. Aj výskumy Eršova (1978, s. 79) potvrdzujú, že väčšia ovplyvniteľnosť súvisí s neuroticizmom. Autor zistil, že oveľa viac jedincov charakterizovaných stredným stupňom neuroticizmu je medzi tými, ktorí pod vplyvom vonkajšej argumentácie menili svoje postoje.

Zdá sa, že spomedzi všetkých doteraz uvedených charakteristík osobnosti podmieňuje potrebu špecifického (viazaného) presvedčovania najviac to, ako sa jedinec hodnotí. Podľa Thompsona (1975) nie sú ani medzipohlavné charakteristiky, ani autoritatívne sklony, ani prejavy úzkosti a afilácie, ani znaky dogmatizmu a netolerantnosti také dôležité ako *sebahodnotenie*. Sebahodnotenie totiž súvisí s obrazom seba a postoje týkajúce sa obrazu seba podliehajú zmene zvyčajne veľmi málo (Brembeck a kol., 1976).

Všeobecne sa pertraktuje, že osoby s nižším sebahodnotením sa spravidla lepšie ovplyvňujú (Eršov, 1978). Vysvetľuje sa to tým, že jedinci s nízkym sebahodnotením potrebujú neustále riešiť svoj vzťah k vonkajšiemu svetu. No práve preto, že si vysoko necenia svoje závery, ľahšie podliehajú vplyvom presvedčovateľa. Howard a Sidney (1962) upozorňujú, že aj v tomto prípade je presvedčiteľnosť viazaná na charakter správy. Optimistické správy ovplyvňujú viac osoby s vysokým sebahodnotením, pesimistické správy (najmä rozličné „hrôzostrašné" témy) ovplyvňujú zasa viac jedincov s nižším sebahodnotením. Gallob a Ditles (1968) však upozorňujú na nekonzistentnosť týchto záverov.

BEZPROSTREDNÉ UKAZOVATELE PRESVEDČITEĽNOSTI

Na presvedčiteľnosť recipienta nevplýva len to, čo podmieňuje formovanie postojov, teda svojrázne osobnostné charakteristiky, ale závažné sú aj psychologické osobitosti už sformovaných postojov. Teda na presvedčiteľnosť subjektu vplýva tak psychický mechanizmus, ktorý podmieňuje vznik postojov, ako aj psychický mechanizmus už sformovaných postojov, pretože aj samy postoje (ich psychická konštelácia a funkčnosť) sú významným faktorom, ktorý ovplyvňuje vznik ďalších postojov. Zatiaľ čo sme prvé (osobnostné) charakteristiky recipienta

nazvali *sprostredkujúcimi intraindikátormi*, postojové charakteristiky, keďže vyplývajú z prvých, nazývame *bezprostrednými intraindikátormi.*

Pri hľadaní odpovede na otázku, čo je bezprostredným indikátorom priaznivých alebo nepriaznivých podmienok presvedčiteľnosti, sa stretávame s celým súborom vzájomne pospájaných javov, ktoré podľa toho, či odrážajú viac formálne alebo obsahové uspôsobenie postojov, možno v podstate rozdeliť na javy štrukturálnej usporiadanosti postojov a javy funkčnej začlenenosti postojov.

ŠTRUKTURÁLNOSŤ POSTOJOV

Postoje, ktorými vyjadrujeme svoj vzťah k vonkajšiemu svetu, majú rozličné zložky: kognitívnu (poznávaciu), emotívnu (citovú) a konatívnu (tendenciu k činnosti). Pretože javy vonkajšieho sveta sú v podstate zákonite usporiadané, aj prežívanie vzťahu k tomuto svetu smeruje k vzájomnej systémovej usporiadanosti jednotlivých zložiek postojov. Táto tendencia k štruktu-rálnej usporiadanosti jednotlivých zložiek v postojoch a medzi postojmi sa prejavuje v ich totálnosti, konzistentnosti, konsonantnosti, vyváženosti a v intenzite. Pritom platí, že *čím viac je postojová štruktúra recipienta usporiadanejšia, tým je dosiahnutie zmeny jeho postojov náročnejšie.*

Prvý prejav štrukturálnej usporiadanosti postoja vyplýva z *úplnosti (totálnosti)* jeho zložiek. Je známe, že postoj môže byť vyjadrený neúplne, iba kognitívnou zložkou, t. j. v podobe mienky (napr. domnievam sa, že dievča N veľmi dobre poznám), alebo úplnejšie, iba afektívnou zložkou, t. j. emotívnym vzťahom (napr. to dievča, ktoré veľmi dobre poznám, je veľmi sympatické). V niektorých prípadoch sa môže k týmto zložkám pripojiť aj konatívna zložka, t. j. tendencia ku konaniu (napr. keďže to dievča poznám a páči sa mi, chcel by som si ju vziať za manželku).

Aj keď môže byť postoj vyjadrený neúplne len izolovanou zložkou, napr. len mienkou, názorom alebo len citom, predsa je pre postojovú štruktúru príznačnejšia totálnosť jeho zložiek. Spravidla sa už za obyčajnou mienkou alebo názorom skrýva nejaký emocionálny vzťah k tomu, čo vyslovujeme. Na druhej strane je v každej emócii aspoň minimálne „množstvo rozumu". A len ťažko si možno predstaviť tendenciu konať bez akéhokoľvek poznania alebo citového vzťahu k tomu, čo zamýšľame vykonať. Usporiadanosť postojov sa prejavuje aj tým, že každá ďalšia zložka spravidla implikuje v sebe predchádzajúcu zložku (napr. emotívna kognitívnu, konatívna emotívnu i kognitívnu, zatiaľ čo kognitívna môže byť aj samostatná). V zmysle štrukturálnej usporiadanosti sa jedinec usiluje o totálnosť (úplnosť) postojov. Teda nestačí len poznať, ale k poznaniu si treba vypestovať citový vzťah. Toto prežívanie sa prejavuje aj v praktickej činnosti.

Z toho vyplýva, že čím bude postoj recipienta úplnejší (totálnejší), tým viac bude vzdorovať zmene. Na-

príklad chlapec, ktorý si chce vziať určité dievča za manželku, si zmení o nej názor oveľa ťažšie, ako keby to bola iba jeho náhodná známa.

Iným výrazom štrukturálnej usporiadanosti zložiek postoja je *konzistentnosť*. Ide o vzájomné podporovanie a doplňovanie jednotlivých zložiek tak, aby sa zhodovali vo valencii, t. j. v pozitívnosti alebo negatívnosti zložiek, resp. v ich intenzite. Opakom konzistencie je inkonzistencia. Obidva prípady možno vyjadriť formulou *má — nemá poznatok: má — nemá afekt: má — nemá pohnútku*, ktorú možno znamienkami rozpísať do týchto ôsmich podôb postojov:

1.	+	+	+	konzistentnosť
2.	—	—	—	
3.	+	—	—	inkonzistentnosť
4.	+	—	+	
5.	—	+	+	
6.	—	+	—	
7.	—	—	+	
8.	+	+	—	

Postoj č. 1 je konzistentný a možno ho ilustrovať spomínaným príkladom postoja chlapca k dievčaťu. Postoj č. 2 je konzistentný, ale obsahuje negáciu všetkých svojich zložiek bez toho, aby bol zároveň negáciou seba samého. Postoje č. 3 až č. 8 sú inkonzistentné v kognitívnych a afektívnych zložkách. Pri nich zisťujeme, že aj úplné postoje nie sú vždy konzistentné. Z toho vyplýva, že totálnosť postojov nie je to isté, čo konzistentnosť postojov.

Charakteristickým znakom inkonzistentných postojov je ich nestabilnosť. V zmysle štrukturálnej usporiadanosti má subjekt tendenciu smerovať k stabilizácii svojich postojov. Podľa Nakonečného (1970, s. 282) „sa subjekt bráni inkonzistencii afektívnych a kognitívnych zložiek a usiluje sa takúto inkonzistenciu odstrániť utvorením novej konzistencie“. Spravidla sa to uskutočňuje spontánnou reorganizujúcou aktivitou, pričom silnejší komponent vyvoláva zmeny v slabšom, protikladnom komponente, čím sa utvára stav afektívno-kognitívnej konzistencie. Takáto konzistencia má stabilnejšiu podobu.

Do pojmu štrukturálnej usporiadanosti patrí aj *konsonantnosť*, ktorá upozorňuje na tendenciu jedinca udržať si určitý súlad v poznávacích zložkách postojov. Tendencia kognitívnej súhlasnosti sa netýka všetkých postojov, ale len tých, ktoré spĺňajú dve podmienky: 1. logicky spolu súvisia tak, že jeden vyplýva z druhého a 2. sú pre subjekt významné (relevantné). Opakom konsonantnosti kognitívnych zložiek je disonantnosť; teda dve kognitívne zložky postojov sú v disonancii: 1. keď jedna z nich vyjadruje opak druhej a 2. keď sú pre jedinca významné. Napríklad disonancia vzniká, keď fajčiar, ktorý je presvedčený, že fajčenie mu prospieva, pretože ho upokojuje (kladný kognitívny postoj), sa na zdravotníckej prehliadke dozvie, že fajčenie vyvoláva rakovinu pľúc (záporný kognitívny postoj).

Kognitívna disonancia je pre subjekt nepríjemná, a preto sa ju v zmysle štrukturálnej usporiadanosti usiluje redukovať tak, aby dosiahol opätovný stav konsonantnosti. Redukciu môže uskutočniť subjekt zmenou konania (to je však spravid-

Tab. 3. *Kombinatorika postojových téz*

Poradové číslo	Kto?	Čieho?	Čím?	Postojové tézy
1.	+	+	+	Priateľ môjho priateľa je mojím priateľom.
2.	—	+	—	Nepriateľ môjho priateľa je mojím nepriateľom.
3.	—	—	+	Nepriateľ môjho nepriateľa je mojím priateľom.
4.	+	—	—	Priateľ môjho nepriateľa je mojím nepriateľom.
5.	—	+	+	Nepriateľ môjho priateľa je mojím priateľom.
6.	+	—	+	Priateľ môjho nepriateľa je mojím priateľom.
7.	+	+	—	Priateľ môjho priateľa je mojím nepriateľom.
8.	—	—	—	Nepriateľ môjho nepriateľa je mojím nepriateľom.

la ťažšie), teda prestane napr. fajčiť, alebo sa pokúsi dosiahnuť opätovnú kognitívnu konsonantnosť (to je ľahšie a bežnejšie). Napríklad poznatky o škodlivosti fajčenia začne znevažovať, prestane im pripisovať význam, chce na ne zabudnúť a bude zbierať protiargumenty, aby nemusel veriť, že fajčenie škodí zdraviu (napr. pozná fajčiara, ktorý sa dožil 100 rokov). Pritom platí, že čím viac sa jedinec usiluje o konsonantnosť svojich kognitívnych postojov, tým viac sa uzatvára pred všetkými poznatkami, ktoré by mohli túto konsonantnosť narušiť. Teda je viac odolný aj voči presvedčovacím pokusom.

V štruktúre postojov sa prejavuje aj tendencia ich vzájomnej *vyváženosti* vzhľadom na existujúce sociálnu interakciu jedinca. Ak napr. povieme, že „priateľ môjho priateľa je mojím nepriateľom“, cítime, že tu niečo nie je v poriadku. Veď ako môžeme pokojne prežívať skutočnosť, že náš priateľ sa priatelí s naším nepriateľom. Obavy, že nepriateľ odoberie priateľa, alebo (a to sa tiež stáva) priateľ nás zradí u nepriateľa, sú v takomto prípade celkom opodstatnené. Nie náhodou začíname upodozrievať priateľa a vidíme v ňom postupne nepriateľa. A skutočne, už ako vyváženejšia sa prijíma téza „priateľ môjho nepriateľa je i mojím nepriateľom“. Tendencia k vyváženiu sa však môže uplatňovať aj inak. Napríklad postupne môžeme začať upravovať svoj pôvodný záporný postoj k svojmu nepriateľovi. Asi nebude „až taký nepriateľ“, ak sa s ním kamaráti aj môj priateľ. Ak prehodnotíme vlastný postoj, môžeme povedať, že „priateľ môjho priateľa je aj mojím priateľom“. Táto téza je opäť prijateľnejšia, pretože postoje v nej sú vzájomne vyvážené.

Štruktúru trojitého vzťahu postojov možno identifikovať pádovými otázkami „kto?“, čieho?“, „čím?“. Napríklad kto? (priateľ) čieho? (môjho priateľa), čím? (je mojím priateľom). Ak kladný postoj (pojem priateľ) vyjadríme znamienkom plus a záporný postoj (nepriateľ) znamienkom mínus, získame v zmysle variácií s opakovaním na základe výrazu n^r (n — počet prvkov delenia — v našom prípade 2, r — trieda delenia — v našom prípade tretia) osem kon-

Tab. 4. *Možnosti prechodu vyvážených postojov na nevyvážené a opačne*

Tézy / Otázky		Kto?	Čieho?	Čím?
vyvážených postojov	1	5 +	6 +	7 +
	2	7 —	8 +	5 —
	3	6 —	5 —	8 +
	4	8 +	7 —	6 —
nevyvážených postojov	5	1 —	3 +	2 +
	6	3 +	1 —	4 +
	7	2 +	4 +	1 —
	8	4 —	2 —	3 —

štelácií postojových téz (tab. 3).

Postoje v tézach 1—4 sú vyvážené, to znamená ich vzájomná konštelácia predpokladá, že ak nebudú pôsobiť iné vonkajšie a vnútorné podnety, nebudú mať ani tendenciu meniť sa. Postoje v tézach 5—8 sú vzájomne nevyvážené, to znamená, že už z pozície svojej konštelácie majú tendenciu meniť sa z nevyvážených postojov na vyvážené. V takýchto prípadoch má presvedčovateľ uľahčenú situáciu, musí však dbať, aby dosiahol nielen zmenu v zmysle cieľa presvedčovania, ale zároveň aj takú zmenu, ktorou sa pôvodná nevyvážená konštelácia postojov zmení na konšteláciu vyváženú (pozri rámik č. 6).

Aj keď je problematika meniteľnosti téz z nevyvážených postojov na postoje vyvážené abstraktná a v podmienkach presvedčovania sa prakticky ani vždy jednoznačne nepresadzuje, predsa sa pokúsime urobiť teoretický rozpis spomínaných postojov. Rozpis naznačuje presvedčovateľovi, že pri každej téze, ktorá vyjadruje nerovnovážnu konšteláciu postojov, má k dispozícii tri prístupy a v záujme dosahovania cieľa si môže zvoliť ten najvhodnejší, aby sa nevyvážená konštelácia postojov zmenila na vyváženú (tab. 4).

Rámik č. 6 *Teória a prax utvárania postojov v medziosobných stykoch*

Je úsilie človeka vyvažovať svoje postoje v medziosobnom styku iba teoretickou konštrukciou, alebo tu ide o skutočnosť, ktorú možno podložiť empirickými výskumami? V úsilí overiť si, do akej miery má človek aspoň spočiatku tendenciu utvárať postoje v zmysle téz: 1. „priateľ môjho priateľa je aj mojím priateľom", 2. „nepriateľ môjho priateľa je aj mojím nepriateľom", 3. „nepriateľ môjho nepriateľa je mojím priateľom" a 4. „priateľ môjho nepriateľa je mojím nepriateľom", sme realizovali exploračnú sondu, v ktorej sme 306 skúmaným osobám vo veku od 17 do 40 rokov dali riešiť takéto úlohy:

„Vžite sa do situácie, že vám predstavili neznámu osobu. Zatiaľ neviete o nej nič, dozvedeli ste sa iba to, že je veľmi dobrým priateľom vášho veľkého nepriateľa, nepriateľky, ktorou je osoba . . . (úlohou respondentov bolo predstaviť si takúto osobu a označiť ju nejakou krycou šifrou). Na základe toho predpokladáte, že predstavenú osobu budete pokladať skôr za vášho možného:
P = priateľa, N = nepriateľa, ? = neviem."

„Vžite sa do situácie, že vám predstavili neznámu osobu. Zatiaľ neviete o nej nič, dozvedeli ste sa iba to, že je veľmi dobrým priateľom vášho veľkého priateľa, priateľky, ktorou je osoba . . . (respondent si mal znovu predstaviť takúto osobu a označiť ju). Na základe toho, čo ste sa dozvedeli, predpokladáte, že predstavenú osobu budete pravdepodobne pokladať skôr za vášho možného:
P = priateľa, N = nepriateľa, ? = neviem."

Tieto dve situácie riešili skúmané osoby iba z cvičných dôvodov. Potom mali odpovedať na niekoľko otázok:

1. Neznáma osoba, ktorá je priateľom môjho priateľa, sa mi javí ako . . .

2. Neznáma osoba, ktorá je nepriateľom môjho priateľa, sa mi javí ako . . .

3. Neznáma osoba, ktorá je nepriateľom môjho nepriateľa, sa mi javí ako . . .

4. Neznáma osoba, ktorá je priateľom môjho nepriateľa, sa mi javí ako . . .

U časti skúmaných (N = 120), ktorí riešili situácie za podmienok nútenej voľby, to znamená bez možnosti voľby odpovede „neviem", sa zistilo, že viac ako 4/5 všetkých odpovedí sa zhodovali s teoreticky očakávanými výsledkami. Konkrétne voľba vyvážených postojov sa zistila až pri 81,76 % odpovedí. Iba pri zvyšujúcich 18,24 % odpovedí si respondenti zvolili nevyvážený postoj. U druhej časti skúmaných (N = 186), ktorí odpovedali za podmienok nenútenej voľby, klesol počet očakávaných vyvážených postojov na 53,68 %. Zároveň pod-

pokračovanie rámika č. 6

statne poklesol aj počet nevyvážených postojov a zjavilo sa pomerne veľké množstvo vyhýbavých odpovedí „neviem" (41,28 %).

To naznačuje, že teoretický predpoklad o tendencii človeka utvárať si v trojitých medziosobných vzťahoch vyvážené postoje sa celkom jednoznačne nepresadzuje. Je to pravdepodobne preto, že aj v podmienkach výskumu sa berú do úvahy ešte ďalšie možné okolnosti pri utváraní postojov, a preto mnohí, len čo sa im naskytne príležitosť, unikajú do neutrálnej oblasti „neviem". Na druhej strane skutočnosť, že pri nesúhlasnej voľbe sa podstatne znížilo percento neočakávaných nevyvážených postojov (kleslo na 5,04 %), znamená, že takmer všetci skúmaní jedinci nevedeli predložené situácie riešiť ani opozične k teoretickým predpokladom. To všetko nabáda k opatrnému a zároveň nezaujatému hodnoteniu aj čiastkových výsledkov, ktoré sú zhrnuté v tabuľke.

Číslo tézy	Percento odpovedí pri nútenej voľbe		Spolu %	Percento odpovedí pri nenútenej voľbe			Spolu %	♂ : ♀ χ^2
	P	N		P	N	?		
1	95,96*	4,05	100	81,40	1,55	17,05	100	0,05
2	13,51	86,49	100	3,10	58,14	38,76	100	3,50
3	83,78	16,22	100	45,76	6,96	47,28	100	7,28**
4	39,19	60,81	100	8,53	29,46	62,01	100	4,25

** Podčiarknuté čísla sa vzťahujú na teoreticky očakávané vyvážené postoje.*

*** $P < 0,05$; v ostatných prípadoch sa osobitosti z aspektu interpohlavných rozdielov neprejavili ako signifikantné.*

Ak pri vyvážených a nevyvážených postojoch zmeníme pri akejkoľvek otázke iba jedno znamienko, téza sa zmení na svoj protiklad. (Číslo štvorčeka pri znamienku, ktoré je predmetom zmeny.)

Pri tézach s nevyváženými postojmi sa najľahšie dosahuje zmena ich koncovej (rezultatívnej) časti, pretože pri týchto tézach nevyplýva otázka čím? celkom logicky z otázok kto?, čieho?. Ak nastane zmena, téza č. 5 sa zmení na tézu č. 2, téza č. 6 na tézu č. 4, téza č. 7 na tézu č. 1 a téza č. 8 na tézu č. 3. Zmenu nevyvážených postojov na vyvážené možno pri presvedčovaní dosiahnuť aj zmenou strednej časti tézy. To znamená, že podľa potreby meníme pôvodne kladný alebo záporný postoj (v otázke čieho?), čím nastáva „mučivé" prehodnotenie priateľa (z priateľa sa stáva nepriateľ alebo naopak). To je však zvy-

Číselné údaje v tabuľke ukazujú, že nie pri každej téze (štruktúre trojitých medziosobných postojov) majú skúmané osoby rovnakú tendenciu utvárať vyvážené postoje. Príčiny, prečo si skúmané osoby utvárali pri niektorých tézach viac vyvážených postojov a pri iných menej, možno na základe číselných údajov v tabuľke zovšeobecniť do niekoľkých pravidiel.

Pravidlo A: viac ako vzťah „môj nepriateľ" vplýva na utváranie vyváženého postoja vzťah „môj priateľ";

Pravidlo B: viac ako nezhodné vzťahy (priateľ — nepriateľ) vplývajú na utváranie vyváženého postoja zhodné vzťahy (priateľ — priateľ alebo nepriateľ — nepriateľ);

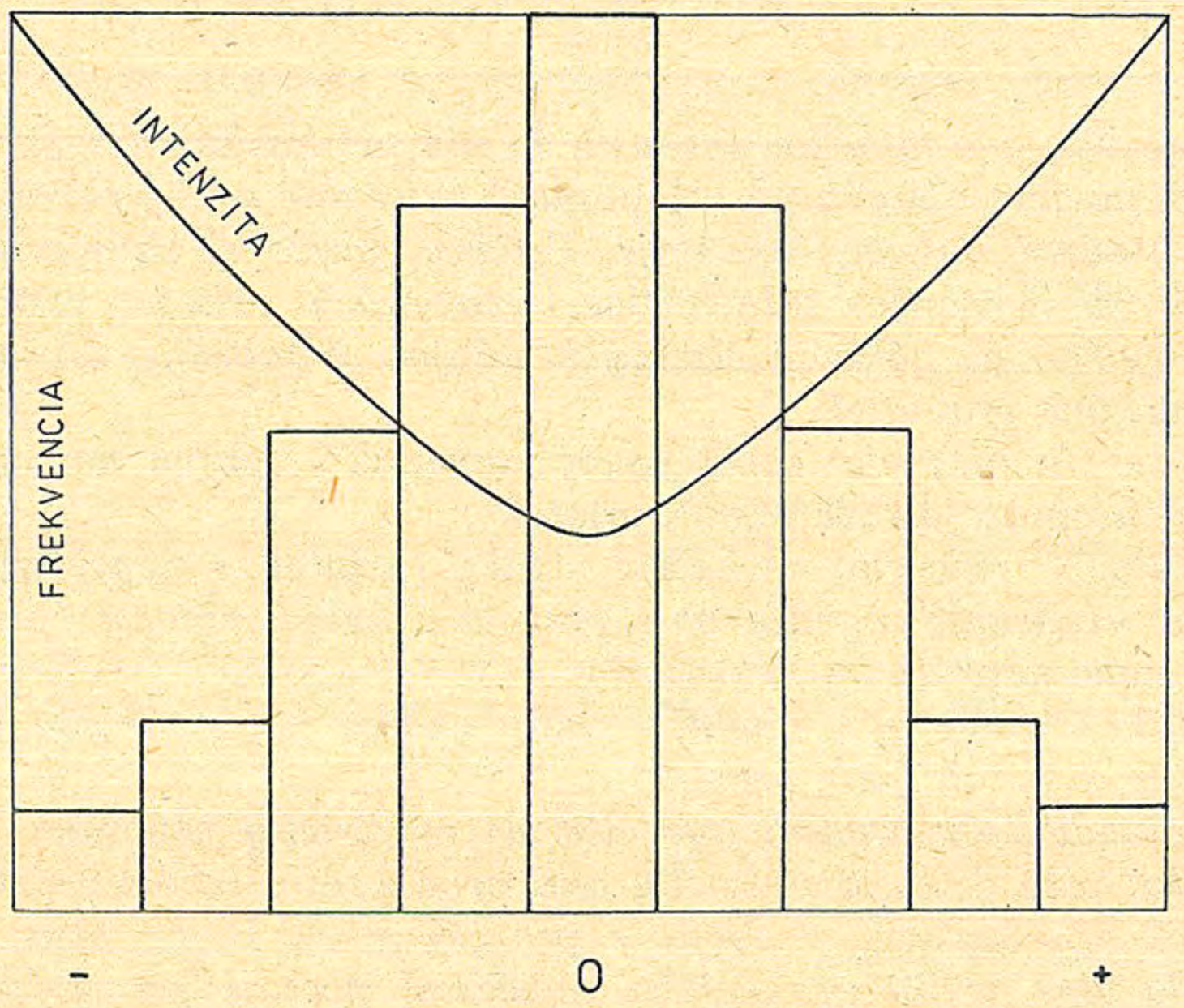
Pravidlo C: viac ako zhodné vzťahy vplýva na utváranie vyváženého postoja vzťah „môj priateľ".

Na základe toho možno vysvetliť aj empiricky utvorené poradie téz takto: téza č. 1 sa umiestila ako prvá preto, lebo vyvážené postoje pri nej vznikali v zhode s pravidlom A, B, C; téza č. 2 sa umiestila ako druhá preto, lebo vyvážené postoje pri nej vznikali v zhode s pravidlom A a C; téza č. 3 sa umiestila ako predposledná preto, lebo vyvážené postoje pri nej vznikali iba v zhode s pravidlom B; téza č. 4 sa umiestila ako posledná preto, lebo vyvážené postoje sa pri nej neumiesťovali ani na základe pravidla A, ani na základe pravidla B a C.

Nemožno poprieť, že tieto empirické poznatky sa dajú zámerne využívať, ale aj zneužívať v procese ovplyvňovania človeka človekom. Na druhej strane však skutočnosť, že ide o poznatky získané v podmienkach abstraktne utvoreného človeka (ktorého sa novoutvorený vyvážený postoj týka), nás varuje pred akýmkoľvek absolutizovaním týchto poznatkov a vôbec nekritickým prístupom k nim.

čajne veľmi náročné, aj keď v rozličných etických odôvodnených situáciách celkom možné. Preto je vhodnejšie nahradiť osobu (otázka čieho?) inou osobou, ktorá bude hrať požadovanú úlohu. Ak sa tak stane, téza č. 5 sa zmení na tézu č. 3, téza č. 6 na tézu č. 1, téza č. 7 na tézu č. 4 a téza č. 8 na tézu č. 2. Napokon podľa toho, čo chceme presvedčovaním dosiahnuť, zmenu nerovnovážneho stavu na rovnovážny môžeme urobiť aj zmenou prvej časti tézy (v otázke kto?). To je pomerne ľahké najmä vtedy, keď si recipient nie je istý a len predpokladá dané tvrdenie. Ak sa to podarí, téza č. 5 sa zmení na tézu č. 1, téza č. 6 na tézu č. 3, téza č. 7 na tézu č. 2 a téza č. 8 na tézu č. 4.

Štrukturálne usporiadanie postojov človeka sa prejavuje aj v ich *intenzite*. Zatiaľ čo sa také charak-



Obr. 6. *Vzťah medzi intenzitou a frekvenciou postojov (podľa Nakonečného)*

teristiky vzájomnej konštelácie postojov ako totálnosť, konzistentnosť, konsonantnosť a vyváženosť týkali viac kvalitatívnej stránky ich usporiadanosti, intenzita odráža predovšetkým kvantitatívne hľadiská.

Zo sociálnej psychológie je známe, že intenzita jednotlivých postojov človeka nie je rovnomerná. Keby sme ju zachytávali na viacstupňovej osi s nulovou hodnotou v strede (najnižšia alebo nijaká intenzita), ktorej pravú stranu by predstavovali kladné a ľavú stranu záporné hodnoty usporiadané tak, aby intenzita stúpala smerom ku koncu osi, získali by sme krivku v podobe normálneho rozloženia hodnôt intenzity postojov (obr. 6). Podľa nej sa najmenej frekventované postoje nachádzajú na pravom a ľavom okraji osi, zatiaľ čo v strede ich frekvencia stúpa. Z toho vyplýva prvý poznatok, že frekvencia postojov je v obrátenom pomere k ich intenzite. Najpočetnejšie postoje sú teda v strede (okolo nuly), no je pravda, že sú aj najmenej intenzívne. Preto sa označujú ako neutrálne postoje. Postoje na konci osi sú naopak intenzívne, a preto sa označujú ako extrémne postoje.

Kvantitatívna usporiadanosť postojov nie je z hľadiska presvedčovania zanedbateľná. Veď je známe, že čím intenzívnejší (teda extrémnejší) je postoj, tým ťažšie ho možno zmeniť. Najľahšie sa samozrejme ovplyvňujú málo intenzívne, t. j. neutrálne postoje. T a n n e n b a u m (1956) zistil, že priemerná zmena postoja zapríčinená prehováraním je

nepriamoúmerná stupňu extrémnosti pôvodného postoja. Teda čím extrémnejší je postoj recipienta, tým menšia je jeho zmena.

Nejde však len o to, či je postoj extrémny, ale aj o to, či je extrémne protikladný k zámeru presvedčovateľa. Pri extrémne protikladnom postoji sa zmena postoja dosahuje veľmi ťažko a jednorazové presvedčovacie akcie sú v takomto prípade zvyčajne neúspešné. Preto je výhodnejšie viackrát opakované a dlhodobé pôsobenie zamerané na pokles začiatočného množstva „kladu alebo záporu", čo je základným predpokladom postupnej zmeny celého postoja.

Extrémnosť a neutrálnosť nie sú jedinými kvantitatívnymi znakmi intenzity postojov. K ďalším znakom patrí *súvislosť (pospájanosť) — izolovanosť a mnohorakosť — jednostrannosť postojov*. Aj tieto charakteristiky sú významnými indikátormi, pretože majú predikčnú hodnotu vzhľadom na možnosti ovplyvnenia recipienta.

Všeobecne platí, že čím je postoj viac pospájaný s inými postojmi (najmä ak sa prelína s postojmi s vysokoafektívnym nábojom), tým viac odoláva pokusom ovplyvniť ho v nesúrodom smere.

V súvislosti s mnohorakosťou a jednostrannosťou nás zaujíma, či má recipient k tomu istému predmetu alebo javu viac súhlasných postojov. Napríklad v súvislosti so sympatiou alepo antipatiou ide o mnohoraký postoj vtedy, keď človek niekoho prijíma alebo odmieta z viacerých dôvodov, napr. nielen pre jeho zovňajšok, ale aj pre jeho rozumové vlastnosti, morálku, telesné predpoklady, sociálny pôvod atď. O mnohorakých postojoch môžeme povedať to, čo o postojoch pospájaných — teda čím je postoj mnohorakejší, tým ťažšie sa ovplyvňuje.

Extrémnosť a neutrálnosť sú *nepodmienene* uvedomenými znakmi postoja. Príznačné pre ne je to, že jedinec spravidla pozná intenzitu svojho postoja tak, ako pozná intenzitu svojho vzťahu k predmetom a javom vonkajšieho či vnútorného sveta. Na druhej strane mnohorakosť — jednostrannosť a pospájanosť — izolovanosť sú skôr *podmienene* uvedomenými znakmi postoja. Typické pre ne je zasa to, že jedinec si spravidla celkom dobre neuvedomuje vzájomné súvislosti medzi svojimi postojmi. Preto musí sám (autopersuázia) alebo, a to častejšie, pomocou inej osoby uskutočniť špecifický rozbor postoja, napr. z hľadiska jeho vzniku, prenosu alebo konzekvencie. Z toho vyplýva, že podmienene uvedomené znaky postoja sa menia ľahšie, pretože ich ovplyvniteľnosť bezprostredne závisí od prísunu informácií a teda aj od mechanizmu učenia.

Jednotlivé znaky postoja sa môžu prejavovať samostatne alebo v rozličných kombináciách, takže pôvodné tendencie postoja k zmene alebo rezistencii sa môžu zosilňovať i oslabovať. Keďže kombinovanie príslušných znakov postojov neprebieha iba živelne, ale možno ho aj zámerne regulovať, závisí už len od presvedčovateľa, aby cieľavedome využil všetky možnosti, ktoré sa mu naskytujú. O čo tu prakticky ide?

Ako sme už povedali, neutrálne postoje sú síce početné, ale málo intenzívne. Ako také nepredstavujú

pre presvedčovateľa problém v prípade, keď ich má zmeniť, ale jedine vtedy, keď ich potrebuje upevniť alebo posilniť. Preto je v záujme stabilizácie takýchto postojov dôležité, aby presvedčovateľ presvedčovaného neustále informoval o možnej mnohorakosti alebo vzájomnej súvislosti jeho postoja s postojmi inými. Totiž presvedčovaný si skôr podrží aj málo intenzívny postoj, ak si uvedomí, že jeho platnosť má viacero zdôvodnení, a že jeho akceptovanie nie je podmienené izolovaným stanoviskom, ale celou sériou iných postojov, ktoré osobne vyznáva a ku ktorým sa hlási. Vzhľadom na vysokú početnosť práve neutrálnych postojov nie je problémom priviesť recipienta k uvedomeniu si ich mnohorakosti, ale aj vzájomnej pospájanosti.

Na druhej strane o extrémnych postojoch vieme, že sú síce málo početné až jedinečné, ale zároveň sú aj veľmi intenzívne. To zapríčiňuje, že presvedčovateľovi nerobia problém vtedy, keď ich má upevniť, ale iba vtedy, keď ich má oslabiť, príp. zmeniť. Túto úlohu si však môže uľahčiť, ak bude neustále poukazovať na tie stránky postoja, ktoré zdôrazňujú jeho argumentačnú jednostrannosť a relatívnu osamotenosť až izolovanosť. Skúsenosti potvrdzujú, že u presvedčovaného sa značne oslabuje aj veľmi intenzívny postoj, ak si uvedomí, že ho môže len jednostranne zdôvodniť, alebo keď zistí, že jeho postoj je izolovaný od iných postojov. Skutočnosť, že extrémne postoje sú málo frekventované, ba až jedinečné, utvára pre takúto presvedčovaciu činnosť veľmi priaznivé podmienky.

FUNKČNOSŤ POSTOJOV

Človek má svoju minulosť, prítomnosť i predpokladanú budúcnosť. Pohybuje sa síce v okruhu svojich istôt a záruk, no zároveň má celý systém individuálnych strachov a obáv. Neustále pred niečím uniká, ale neustále sa o niečo aj usiluje; má svoje špecifické úlohy, ciele a programy. Toto všetko sa veľmi zreteľne odráža aj v tom, ako prežíva skutočnosť, no a samozrejme aké postoje k nej zaujíma.

Pre postojovú sféru človeka je príznačné, že je výrazne individualizovaná a variabilná. Tak sa môže stať, že aj tí istí ľudia reagujú na ten istý podnet v tom istom čase odlišne (pozri rámik č. 7). Je to preto, že postoj nie je iba subjektívnym odrazom skutočnosti (ako je to napr. pri jej poznávaní), ale zároveň je aj takým odrazom, v ktorom sa subjektívne poznané funčne začleňuje tak, aby čo najlepšie zodpovedalo celkovému osobnostnému sebachápaniu jedinca. Inak povedané, práve funkčná začlenenosť spôsobuje, že postoj nie je iba subjektívnym poznaním skutočnosti, ale je aj poznaním, ktoré človeku umožňuje zosúladiť jeho poznanie s tým, čo je pre neho žiadúce (resp. aby mohol uniknúť pred tým, čoho sa obáva).

Netreba osobitne zdôrazňovať, aké dôležité je v presvedčovacom procese prihliadať na funkčnú začlenenosť postojov recipienta. Mnohé neúspešné ovplyvňovania možno pripísať práve tomu, že presvedčovateľ sa zameral iba na to, do akej miery sa nositeľ postoja vzďaľuje od objektívnej skutočnosti. Na to, že postoj má aj subjektívne poslanie a

Rámik č. 7 *Rovnaká situácia — nerovnaké postoje*

Aby sme si demonštrovali, ako môže ten istý podnet vyvolať v sociologicky unifikovanej skupine rozmanité postojové reakcie, postavili sme 113 stredoškolákov (vek 17 rokov) do takejto situácie:

„Predstavte si, že iba vy ste neurobili maturitnú skúšku, aj keď ste sa na ňu celý 4. ročník svedomite pripravovali. Musíte ju teda v septembri opakovať. Teraz sa vžite do situácie a uvažujte, ako by ste asi niekoľko minút po oznámení výsledkov skúšky reagovali na tento neúspech. Svoj pravdepodobný postoj sa teraz pokúste vyjadriť slovom alebo jednou krátkou vetou."

Vyskytli sa nám veľmi pestré odpovede, ktoré sme podľa významu rozdelili do 14 kategórií: zlosť (25,4 %), plač (18,6 %), zúfalstvo (13,5 %), zmierenie sa so skutočnosťou (8,4 %), znechutenie (6,8 %), sklamanie (6,8 %), nepripustenie takej možnosti (5,0 %), strach (3,4 %), smiech s plačom (3,4 %), zlosť so smiechom (1,7 %), hanba (1,7 %), prekvapenie (1,7 %), potreba zostať sám (1,7 %), zamyslenie sa nad sebou (1,7 %). Respondenti aj v rámci tej istej kategórie vyjadrovali svoju reakciu spravidla odlišnou formou odpovede.

Aj keď nešlo o skúmanie toho, čo sa skutočne odohralo, ale iba o skúmanie toho, čo by bolo, keby . . ., predsa zistenie rozmanitých postojov na ten istý podnet naznačuje, že obsah postoja nie je daný iba obsahom situácie, ale aj mnohými ďalšími osobitosťami psychického uspôsobenia človeka. Keďže svojráznosť a jedinečnosť svojich psychických osobitostí môže človek nielen vyjadrovať, ale aj maskovať, postojové reakcie na tú istú situáciu boli v tej istej skupine veľmi rozmanité.

na to, že funkčne slúži celkovej osobnostnej orientácii jedinca, sa zabúda.

Funkčná začlenenosť postojov má rozličné podoby. Azda najmarkantnejšie sa prejavuje v ego-defenzívnosti, socio-tranzitívnosti, hodnotovej expresívnosti a iracionálnej infiltrovanosti postojov. Pravda, toto rozdelenie je umelé, pretože funkčná začlenenosť sa presadzuje komplexne. Napríklad ego-defenzívnosť postojov súvisí so sociálnou tranzitívnosťou a iracionálna infiltrovanosť sa zasa vyskytuje zvyčajne vtedy, keď si jedinec nevie poradiť s niektorými osobnými a sociálnymi problémami. Takéto delenie má teda iba didaktické zdôvodnenie.

Ego-defenzívnosť postojov. Niektoré postoje, ktoré jedinec zaujíma k javom vonkajšieho sveta, sú nielen postojmi individuálnymi, ale plnia aj funkciu obrany osobnosti. Sem zaraďujeme také postoje, ktorých úlohou je chrániť jedinca pred priznaním nepríjemných právd o sebe, a postoje, ktoré utvárajú platformu ospravedlnenia za prejavenú agresivitu (pláštik pre zahanbujúce myšlienky) alebo prostriedok na u-

niknutie psychickej bolesti (napríklad ak bola milovaná osoba neúprimná, človek si utvára taký postoj, ktorý tento fakt diskredituje alebo bagatelizuje). Osobitné miesto majú postoje, ktoré súvisia s obranou obrazu o sebe.

Všetky postoje, ktoré majú mnohoznačnú intrapsychickú ochrannú funkciu, sú veľmi odolné voči akejkoľvek zmene. Presvedčovateľ, ktorý na takéto postoje pôsobí, dotýka sa veľmi citlivej oblasti. Vzhľadom na to, že tieto postoje súvisia so sebachápaním a sebaúctou človeka, výsledkom ich prekonávania môže byť nielen nulový, ale aj tzv. bumerangový efekt.

Socio-tranzitívnosť a interkonektívnosť postojov. Čím viac sa vznik jedného postoja alebo celej skupiny postojov spája tranzitívnosťou so socio-kultúrnym prostredím, tým viac vzdoruje zmene. Vzťahuje sa to predovšetkým na postoje, ktoré prechádzajú na jedinca z primárnych skupín (rodina, priatelia a pod.). Stálosť je v tomto prípade podmienená najmä tým, že postoje, ktoré sa formujú v primárnych skupinách, sa vyznačujú citovými väzbami, intimitou, dôvernosťou, zainteresovanosťou, spoluzodpovednosťou atď. Okrem toho faktor časového trvania spôsobuje, že tieto postoje sa vyznačujú vytrvalosťou a odolnosťou. Aj postoje, ktoré prechádzajú na jedinca z referenčných skupín, t. j. z takých skupín, s ktorými sa jedinec identifikuje, alebo ktoré vyvolávajú v jedincovi túžbu po príslušnosti k týmto skupinám, nemožno ľahko zmeniť. Zmenu svojho postoja oproti postoju, ktorý zaujíma referenčná skupina (napr. členovia BSP alebo členovia športového klubu), môže jedinec prežiť skoro tak, ako by zradil skupinu, alebo vzdal sa túžby stať sa jej členom.

Bolo by nesprávne domnievať sa, že socio-tranzitívnosť postojov sa musí prejavovať vždy len zhodnosťou (kongruentnosťou) postojov jedinca s postojmi skupiny. Rovnako môžu odolávať zmene aj také postoje, ktoré sú výslovne protikladné k postojom primárnej alebo referenčnej skupiny. Napríklad recipient, ktorý sa rozišiel s otcom, si spravidla cieľavedome utvára iné postoje, aké presadzoval v rodine otec. Vyžadovať od recipienta, aby zmenil tieto „iné“ postoje, znamená skoro to isté, ako žiadať od neho, aby si priznal chybu, alebo prijal úlohu „márnotratného syna“.

Na odolnosť postoja voči zmene pôsobí nielen jeho tranzitívnosť, ale aj *interkonektívnosť,* ktorá vyplýva z príslušnosti dvoch alebo viacerých postojov. To znamená, že pozitívny postoj k nejakej činnosti (napr. záhradkárstvu) môže vyplývať z pozitívneho postoja k inej osobe, napr. k otcovi.

Potrebnostno-hodnotová orientovanosť postojov. Rezistenciu jedinca voči zmene podmieňuje aj sila a množstvo uspokojených potrieb, na ktoré sa postoj vzťahuje. Preto akýkoľvek zámer ovplyvniť človeka predpokladá nevyhnutnosť prenikнúť aj do sféry jeho potrieb. To však nie je také jednoduché. Totiž človeka často neuspokojuje iba to, čo mu najviac chýba, ale aj to, čo mu pripadá vzácne, a preto žiadúce. Tak sa stáva, že človek môže

chcieť aj to, o čom vie, že je pre neho zlé a nemusí chcieť zasa to, o čom vie, že je pre neho dobré.

Regulátorom, ktorý mení pôvodné potreby na žiadúce alebo nežiadúce, dobré alebo zlé, sú hodnoty, hodnotové systémy a orientácia človeka. Postoje, ktoré vychádzajú z hodnôt, sú najbezpečnejším indikátorom možností ovplyvnenia človeka, pretože predstavujú tzv. vzťahovú schému, čiže vzorec, z hľadiska ktorého sa určuje sila, významnosť a žiadúcnosť potrieb.

Iracionálna infiltrovanosť postojov je príznačná najmä pre predsudky. Zvyčajne nimi rozumieme nejaké stanovisko, ktoré jedinec chápe ako axiómu, teda niečo, čo nepotrebuje ďalšie zdôvodnenie príp. čo je dopredu dané ako jedine platné. Práve preto predsudky tak úporne a húževnato odolávajú zmenám. Takéto vymedzenie však nie je dostatočné. Vplyvu druhého totiž odoláva, resp. môže odolávať aj každé primerane sformované presvedčenie. Teda nie všetko, čo odoláva ovplyvneniu, aj keď húževnate a záporne, je hneď predsudkom.

Predsudky sa veľmi ťažko identifikujú, pretože ich určujú viaceré znaky. Mnohé z nich sú však len sprievodné a všeobecné, pretože sa s nimi môžeme stretnúť aj pri „nepredsudkových" postojoch. Okrem toho existujú aj diferenciačné znaky, teda také znaky, ktoré upozorňujú na to, čo je pre predsudok podstatné a typické.

Podľa niektorých autorov je príznačným znakom predsudkov mimoriadne *intenzívny emocionálny náboj*. To znamená, že jedinec niečo príliš uznáva, alebo príliš zatracuje bez toho, aby vedel svoje stanovisko racionálne zdôvodniť.

S intenzívnymi emocionálnymi postojmi sa stretávame napr. vtedy, keď človek zaujíma k niečomu estetické stanovisko, pretože ním vyjadruje svoje estetické súdy („to je krásne", „to sa mi veľmi páči" alebo „to nie je pekné, vkusné" a pod). Estetické postoje sa netýkajú len umeleckých diel, ale aj tzv. užitej estetiky, ako je napr. úprava zovňajšku človeka (kozmetika, odievanie) alebo skrášľovanie interiérov a exteriérov rozličných objektov. O všetkých estetických postojoch je známe, že odolávajú pokusom ovplyvniť ich bežnými presvedčovacími praktikami. Ani najskúsenejší presvedčovatelia tu nedosahujú svoj cieľ, pretože slovné ovplyvňovanie spravidla uviazne v nekonečných a bezvýsledných diskusiách. Nie náhodou sa už od antiky traduje poznatok „de gustibus non est disputandum".

Pravda, to neznamená, že by sa „vkusové" postoje človeka nedali formovať. Problém však spočíva v metóde ovplyvňovania. Jednoducho si nemožno nárokovať, aby sme iba kombinovaným kognitívno-emocionálnym pôsobením účinne ovplyvnili aj vkusové postoje, ktoré sa sformovali prevažne na neracionálnych mechanizmoch psychického prežívania skutočnosti.

Niektorí autori nezdôrazňujú ani tak intenzitu, ako skôr zameranosť emocionálneho náboja predsudkov. Podľa nich je predsudok *nepriaznivý, priečny, teda „proti" zameraný postoj*. Ani podľa tohto indikátora by sme však nemohli bezpečne určiť, či ide, alebo nejde o predsudok. Všetko závisí od konkrétnej situácie. Pritom stanovisko „za" a „proti" nemožno absolutizovať, pretože má len relatívnu platnosť. Každé „proti" možno interpretovať aj ako „za" a naopak. Či sa v presvedčovacom

procese usilujeme „za niečo“ alebo „proti niečomu“, je otázkou tzv. psychickej optiky, čiže toho, ako sa na problém pozerá presvedčovateľ a ako presvedčovaný. Jeden aj druhý môžu horliť raz „za niečo“, inokedy „proti niečomu“, ale vždy protikladne. To je napokon predpoklad toho, aby sa s presvedčovaním vôbec mohlo začať. Teda ani emocionálna zameranosť, aj keď je sprievodným komponentom predsudkov, nie je ešte takým znakom, podľa ktorého by sa predsudky dali bezpečne odlíšiť od iných postojov.

Podstatným znakom predsudkov nie je ani osobná *zainteresovanosť*. Veď pre každého človeka je príznačné, že jeho presvedčenia sú viac či menej podmienené osobným videním skutočnosti. Predsudok a presvedčenie sa však odlišujú tým, že zatiaľ čo pri presvedčení si človek uvedomuje svoju zainteresovanosť, jej rozsah a opodstatnenosť podrobuje racionálnemu zdôvodňovaniu, človek s predsudkom si nielen nepripúšťa, že je na niečom osobne zainteresovaný, ale vyhýba sa a uniká vždy vtedy, keď by mal svoj postoj podrobiť kritike zdravého rozumu. Preto pri predsudkoch môžeme hovoriť skôr o zaujatosti a „predpojatosti“ ich nositeľa.

V úsilí zorientovať sa v zložitosti tejto problematiky sa často prejavujú tendencie posudzovať predsudky podľa *úrovne vzdelanosti, resp. podľa jej zaostalosti.* Nie náhodou sa v odbornej literatúre pojem predsudok veľmi často používa v súvislosti s takými pojmami ako napr. neskúsenosť, primitívnosť a pod., teda s pojmami, ktoré poukazujú na tú alebo onú stránku obmedzenosti vzdelania. Ak by sme však zaostalosť vzdelania pokladali za diferenciačný znak, mohlo by vzniknúť nebezpečenstvo, že každý postoj, ktorého nositeľ má v porovnaní s oponentom nižšie vzdelanie, by sa mohol hodnotiť ako predsudok. Toto však nezodpovedá skutočnosti. Veď aj jednotliví vedci môžu mať predsudky, ak v určitom období rozvoja svojej disciplíny zastávajú hľadiská, ktoré nesúvisia s existujúcimi vedeckými faktmi a očividne zaostávajú za dosiahnutým stupňom teoretických prác svojej doby.

V sociálnej psychológii sa predsudok charakterizuje ako *zafixované rigidné, negatívne a stereotypné stanovisko* jedinca proti niekomu alebo niečomu. Tieto pojmy už lepšie charakterizujú predsudok vo vzťahu k ostatným postojom. Dané pojmy sa však spravidla používajú pri vymedzovaní patologických foriem správania, teda pri vymedzovaní takých foriem, ktorých riešenie si vyžaduje liečebné postupy. To, že sa predsudok môže za určitých okolností prejaviť aj patologicky, ešte vôbec neoprávňuje, aby sa charakterizoval iba pojmami, ktoré sa používajú pri opise subnormálnych foriem správania. Takto by totiž vzniklo nebezpečenstvo, že by sme mohli každý zanovitý a úporný postoj pokladať za patologický. V skutočnosti väčšina predsudkov (aj keď sú zanovité a úporné) neprekračuje hranicu normálnu, pretože na to, aby sa hodnotili ako patologické, nestačí iba jeden príznak.

Podstata predsudkov teda nespočíva ani v ich úpornosti a húževnatosti, ani v značnej emocionálnej intenzite, ani v priečnosti, ba ani v za-

ostalosti úrovne vzdelania a myslenia (aj keď všetky tieto sprievodné znaky pri nich často nachádzame), ale jedine v tom, že sa v nich racionálne komponenty *nelogicky spájajú s komponentmi iracionálnymi, takže aj pôvodné racionálne sa začína pretvárať na iracionálne, príp. pôvodné iracionálne sa začína subjektívne prežívať ako racionálne* (prvý diferenciačný znak).

Vysvetlenie nám poskytuje vari najviac správanie poverčivých ľudí. Napríklad ak je niekto poverčivý, že musí zaklopať na drevo, alebo nosiť nejaký talizman, neznamená to, že je už nositeľom predsudku. Často môže ísť o návykové a stereotypné správanie bez hlbšieho uvedomenia si jeho vlastnej podstaty. Ak sa niekto usiluje logicky zdôvodniť zmysel alebo potrebu tejto povery, napr. už aj tým, že vždy, keď sa nespráva v súlade s ňou, ho stihlo nešťastie, príp. ak nejaký neúspech racionálne zdôvodňuje chýbaním poverčivého správania, ide tu o infiltrovanie racionálnych prvkov do iracionálneho správania, a tým aj o postupnú premenu povery na predsudok.

Druhým diferenciačným znakom predsudkov je, že iracionálne komponenty predsudkov nevyplývajú z objektívnych podmienok, napr. z neexistencie relevantných poznatkov alebo z neinformovanosti, ale zo subjektívnych dôvodov spočívajúcich *v zámernom neakceptovaní poznatkov, príp. v ich zámernom nelogickom alebo psychologicko-logickom interpretovaní.* Nie náhodou môžu byť jedným z racionálno-iracionálnych východísk predsudkov aj príslovia, porekadlá a aforizmy, pretože dovoľujú veľmi voľnú interpretáciu a aplikáciu (pozri rámik č. 8).

*

Ak o postojoch hovoríme, že majú svoje funkčné začlenenie, o predsudkoch to platí dvojnásobne. Predsudok plní rozličné funkcie, napr. môže ospravedlňovať patologické nepriateľstvo proti rozličným etnickým skupinám, môže poskytovať „rozumné" zdôvodnenie, prečo sa človek tak alebo onak správa (napr. prečo nepracuje, nestará sa o rodinu, nevzdeláva sa a pod.). Niektorí ľudia majú silné impulzy k hrubosti, chamtivosti alebo sexuálnej agresii, ktoré spoločenské normy zakazujú. Niektorí jedinci si však tieto pôvodné protispoločenské sklony riešia tzv. iracionálnou racionalizáciou, ktorá pomáha znižovať ich spoločenskú nízkosť a súčasne nájsť podmienky ich uspokojenia. Takto môže byť iracionálna racionalizácia jedným z psychických mechanizmov vzniku rasového predsudku, v ktorom sa logické spája s nelogickým. Podľa K r e c h a a k o l. (1968, s. 218) si osoba s rasovými predsudkami sama sebe napr. povie: „to by si nemohol urobiť belochovi (osobe tvojej vlastnej skupiny), no keď to urobím osobe inej skupiny, tak to nie je zle (pretože ona vlastne ani nie je osobou)".

Ak sme už spomenuli, že postoje sú nielen cieľom presvedčovania, ale sú aj ich činiteľom, pretože sformované postoje uľahčujú, príp. brzdia vznik ďalších postojov, o predsudkoch to platí vari najviac. Podľa N a k o n e č n é h o (1970, s. 285) sú predsudky filtrom, pretože osoba za-

Rámik č. 8 *Výskyt apodiktických postojov a predsudky*

V procese ovplyvňovania robia pomerne veľké problémy tí jedinci, ktorí majú tendenciu vyjadrovať sa aj o existencii veľmi problematických javov apodiktickými termínmi (napr. istotne, nezvratne, bezpodmienečne atď.). Otázkou je, ako často sa takéto postoje medzi ľuďmi vyskytujú. Na túto otázku sme sa pokúsili nájsť odpoveď v testovacej sonde, v ktorej sme náhodne vybranému výskumnému súboru (N = 102) predložili 20 výrokov v podobe prísloví, ktoré mali ohodnotiť. (Išlo o tzv. múdroslovia z knihy P. A. Zátureckého: Slovenské príslovia a porekadlá, Tatran 1975.) Výroky mali zámerne takúto problémovú podobu — „aký otec, taký syn, aké drevo, taký klin", „každá svokra je na nevestu zlá", opitý najskôr povie pravdu", „zdravý chorému neverí" atď.

Úlohou pokusných osôb bolo ohodnotiť každý výrok jedným z postojov: 1 — možno je pravdivý, 2 — je pravdivý, 3 — istotne je pravdivý.

Ukázalo sa, že z 2015 odpovedí (25 výrokov zostalo nezodpovedaných) sa vyskytlo hodnotenie s číslom jedna 771-krát (38,28 %), hodnotenie s číslom dve 704-krát (34,92 %) a hodnotenie s číslom tri 540-krát (26,80 %).

Aj keď sa v porekadlách a príslovia skrýva stáročiami overovaná ľudová skúsenosť, ich pravdivosť veľmi kolíše. Práve pravdivosťou sa múdroslovie našich predkov odlišuje od odborného alebo vedeckého výroku o určitom jave. Teda zatiaľ čo väčšina výrokov v podobe ľudových prísloví je iba „možno pravdivá", väčšina výrokov v podobe objektívne platných vedeckých tvrdení je „pravdivá", príp. istotne pravdivá.

Zistenie, že medzi 2015 hodnoteniami pravdivosti ľudových porekadiel sa nachádza 26,80 % hodnotení, ktoré sú vyjadrené apodiktickým súdom (isotne pravdivý), znamená, že medzi skúmanou populáciou je značný sklon vyjadrovať sa aj o veľmi problematických javoch apodiktickými termínmi, ktoré sú rezervované iba pre posudzovanie javov s vysokou exaktnou hodnotou pravdy. Možno predpokladať, že medzi apodiktickým postojom k problematickým javom a vznikom predsudku je určitá súvislosť.

ťažená predsudkom neinterpretuje skutočnosť takú, aká je, ale takú, ako ju vidí cez filter svojho predsudku. Takto nadobúda predsudok charakter určitého stanoviska, ktoré nepotrebuje zdôvodnenie, pretože sa prijíma ako axióma. Akýkoľvek pokus ovplyvniť takéto stanovisko sa stretáva u recipienta s obranou zaujatej pozície za každú cenu. Iracionálne prvky v postoji umožňujú recipientovi logické argumenty prehodnocovať zo subjektívneho hľadiska. Aj podľa H i e b s c h a a V o r-

werga (1975, s. 164) sú predsudky veľmi ťažko prekonateľné sociálno-psychologické skutočnosti, pretože podmieňujú výber javov z vonkajšieho prostredia tak, aby sa nimi potvrdzovala správnosť toho, čo jedinec už vopred bez objektívne platného zdôvodňovania a usudzovania prijal. Napríklad keď má recipient k skupine osôb určitý postoj, prijíma predovšetkým tie názory presvedčovateľa, ktoré mu jeho postoj potvrdzujú a iné argumenty pritom prehliada. Takto sa dostáva akoby do začarovaného bludného kruhu, z ktorého zdanlivo niet východiska.

Veľká odolnosť predsudkov voči zmene je zapríčinená aj tým, že predsudok nie je iba postojom (ako sa mnohí domnievajú), ale predstavuje celú skupinu vzájomne pospájaných postojov, a preto zdanlivo vzbudzuje dojem dobre sformovaného presvedčenia. V skutočnosti sú predsudky deformované postoje, ktoré charakterizuje účelovo podmienené svojrázne spájanie iracionálnych komponentov s komponentmi racionálnymi. Výsledkom je, že sa dajú veľmi ťažko ovplyvniť bežnými rozumovými a citovými postupmi presvedčovateľa. Rozumovými preto, lebo sú v nich zakomponované aj iracionálne prvky, a emocionálnymi zasa preto, lebo ich funkčné začlenenie obsahuje aj niektoré objektívne platné racionálne prvky.

Aj keď sa predsudky ťažko ovplyvňujú, predsa nie sú celkom neovplyvniteľné. Možnosti ovplyvnenia vychádzajú zo správnej voľby informačného materiálu, ktorým pôsobíme na recipienta. Rozhodne želateľné výsledky neprinášajú priame postupy, v ktorých sa pokúšame na recipienta vplývať len argumentmi, t. j. silou faktov a logiky myslenia. Neúspech takéhoto prístupu spočíva v jeho neadekvátnosti a neprimeranosti, pretože na iracionálne nemožno úspešne pôsobiť iba racionálnym. Osvedčenejšie sú nepriame prístupy, ktoré využívajú *„sebapostrehový materiál“*. Ide tu o výber takých informácií, ktoré umožňujú recipientovi lepšie sebapoznanie, a tým aj pochopenie vzniku jeho predsudkov. Na základe takýchto informácií si môže jedinec postupne uvedomovať, čo v jeho osobnostnom vývine spôsobilo, že len čo sa stretne s niektorými skutočnosťami, vyhýba sa ich rozumovému riešeniu, zatvára oči pred faktmi a nepripúšťa nijakú diskusiu. Pravda, pôsobenie prostredníctvom „sebapostrehového materiálu“ je náročné aj z hľadiska času, pretože predsudky sa nemenia naraz.

3. SIMILARITA A DISIMILARITA ČINITEĽOV

Opodstatnenosť sociálnej psychológie ako vednej disciplíny nie je iba v tom, že činnosť človeka môže byť ovplyvňovaná aj iným človekom, resp. ľuďmi, s ktorými sa dostáva do kontaktu. V skutočnosti je opodstatnenosť sociálnej psychológie oveľa viac daná tým, že správanie ľudských jedincov v skupine nie je prostým súčtom jej členov. V sociálnej psychológii totiž nie vždy platí: $1 + 1 + 1 + 1 = 4$. Niekedy to môže byť viac, inokedy zasa menej, pretože výkon členov skupiny

nie je jednoduchým súčtom počtu jeho členov. Výkon i správanie človeka v skupine sa spravidla kvalitatívne i kvantitatívne odlišujú od výkonu, ktorý jedinec produkuje, keď je sám.

Dosiaľ sme oddelene analyzovali osobnosť presvedčovateľa i presvedčovaného. Na základe takejto analýzy (za predpokladu, že osoba A je optimálnym presvedčovateľom a osoba B optimálnym recipientom) by sme totiž mohli predpokladať, že výsledky presvedčovacieho procesu by mohli byť jedine optimálne. Zabúdame na poznatok sociálnej psychológie, že už pri dyadickej interakcii sú dvaja viac ako 1 + 1. Ich vzájomným pôsobením vzniká nová kvalita psychického správania, ktorá podľa toho, aké osobnostné črty sa stretávajú, môže prospievať, ale aj škodiť.

Ak vychádzame z týchto skúseností, nemôže nás prekvapovať, že psychológia sa zamerala aj na to, ako podobnosť a odlišnosť presvedčovateľa i presvedčovaného (similarita a disimilarita) vplývajú na vyššiu alebo nižšiu efektívnosť presvedčovacieho procesu. Otázkou je, čo bude priaznivejšie vplývať na presvedčovací proces, ak sa dve osoby dostanú do presvedčovacej situácie, ich podobnosť (similarita) alebo nepodobnosť (disimilarita). Doterajšie experimentálne výsledky sú zatiaľ dosť neúplné a na prvý pohľad dokonca protirečivé. To prvé, čo z nich však možno vyvodiť, je poznatok, že similarita a disimilarita osôb zúčastnených na presvedčovacom procese nie je z hľadiska jeho úspešnosti alebo aspoň účinnosti zanedbateľným faktorom. No to, ktorý faktor sa presadzuje viac ako druhý, resp. za akých podmienok sa presadzuje, už nemožno tak jednoznačne vyjadriť.

Predpoklad, že by similarita (podobnosť) mohla vplývať na účinnosť presvedčovacieho procesu, dokazuje aj každodenná individuálna skúsenosť. Nie náhodou sa všade tam, kde išlo o presvedčovanie druhých, dbalo na to, aby bol presvedčovateľ „jedným z nich“, t. j. aby im bol čo najviac podobný. Problémom je, či možno tento skúsenostný poznatok akceptovať ako pravidlo v tom zmysle, že akákoľvek similarita vplýva na zvyšovanie účinnosti presvedčovania. Psychologické experimenty zatiaľ upozorňujú, že spomínaný poznatok má ešte ďaleko k tomu, aby sa mohol zovšeobecniť v podobe pravidla. Máme tu totiž do činenia aj s individuálne percipovanou podobnosťou (s tým, ako recipient vníma komunikátora), teda s podobnosťou, ktorá objektívne nemusí existovať. Okrem toho treba povedať, že poznatok o účinku podobnosti sa nevzťahuje na všetky medziľudské podobnosti jedincov pôsobiacich na seba pri presvedčovaní.

Najvýraznejším diferenciačným znakom, na základe ktorého sa človek od človeka odlišuje, je daný *rodovým rozdielom*, to znamená príslušnosťou jedinca k pohlaviu. Ak platí, že podobnosť vplýva na účinnosť presvedčovania, potom by sme mohli predpokladať, že žena skôr presvedčí ženu a muž muža.

Prvým zistením psychológov však je, že tento poznatok nielenže neplatí rovnako pre obidve pohlavia, ale že sa mení aj podľa toho, o akú situáciu ide. Napríklad z inscenovania expe-

rimentálnych hier (K ř i v o h l a v ý, 1973) vyplýva, že muž skôr pritiahne muža k spolupráci ako žena ženu. V súperivých situáciách je to však naopak.

Druhým zistením psychológov je, že v niektorých prípadoch vplýva na účinnosť persuázneho procesu zasa viac rodová disimilarita (najmä u žien). Potvrdzuje to predovšetkým štúdia G o l d b e r g a (1968), v ktorej mali vybrané pokusné skupiny príslušníkov obidvoch pohlaví nezávisle od seba zhodnotiť identické výsledky pracovnej činnosti mužov a žien. G o l d b e r g zistil, že ženy oceňovali výsledky práce svojho pohlavného partnera vyššie ako muži.

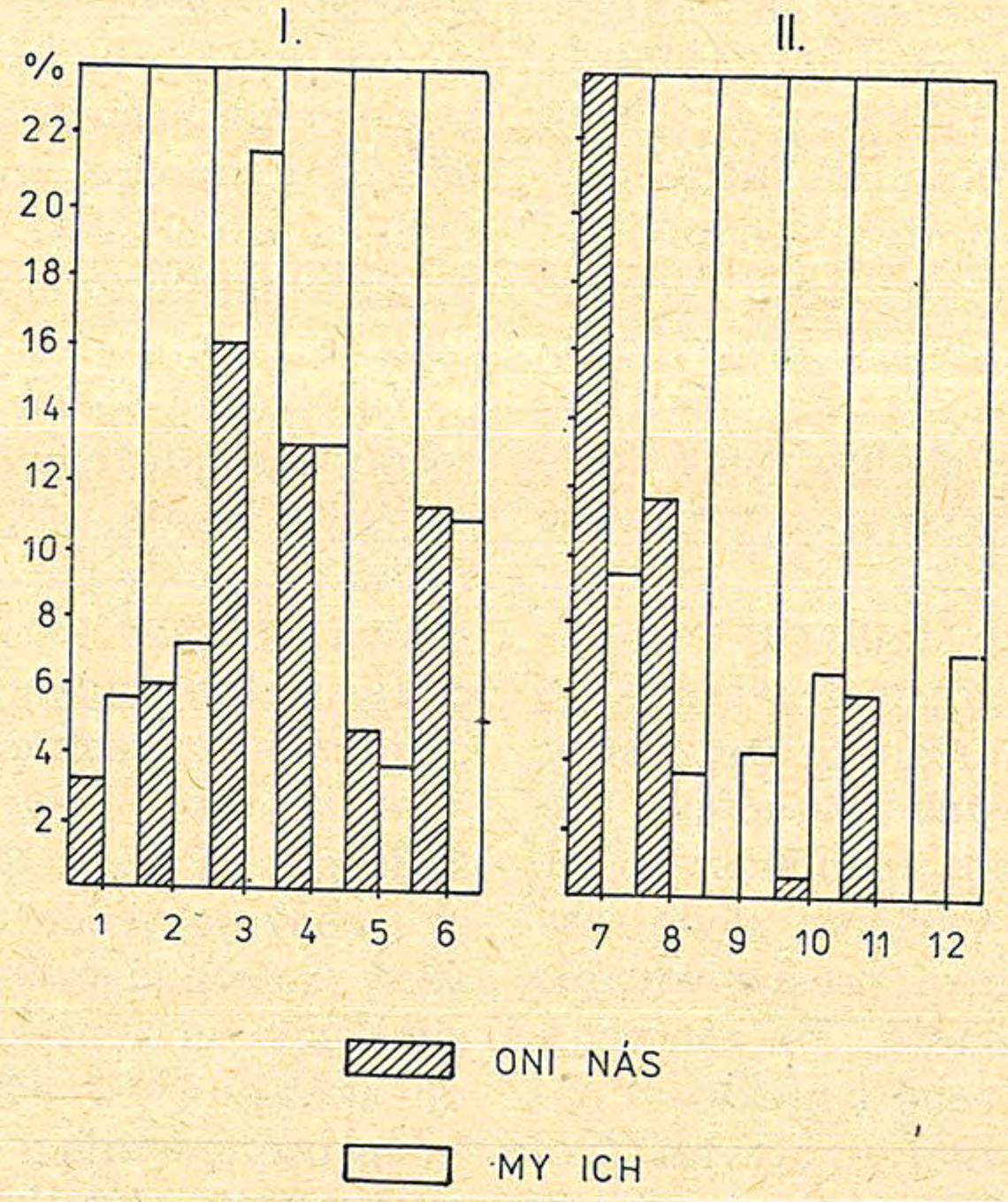
Znamená to, že similarita nevplýva pozitívne na presvedčovanie? Jej vplyv sa v skutočnosti presadzuje, no iba v niektorých prípadoch. Napríklad viac ako podobnosť veku, sexu, spôsobov, výchovy alebo rasy vplýva na účinnosť presvedčovania postojová *podobnosť*. To znamená, že recipient sa nechá v niektorej názorovej oblasti skôr ovplyvniť presvedčovateľom vtedy, keď vie, že v inej názorovej oblasti majú rovnaké alebo aspoň podobné postoje. Spomedzi viacerých experimentov potvrdzujúcich tento poznatok možno uviesť výskum W e i s s a (1958), ktorý zisťoval vplyv predchádzajúcej postojovej podobnosti medzi komunikátorom a recipientom na zmenu iného postoja. Experiment spočíval v tom, že recipienti sa v jednej oblasti názorov, konkrétne názorov týkajúcich sa akademickej slobody, oboznámili so stanoviskom komunikátora. Toto stanovisko komunikátora bolo so stanoviskom prvej skupiny skúmaných osôb zhodné, zatiaľ čo stanovisku druhej skupiny protirečilo. Komunikátor bol pri vysvetľovaní významu fluoridizácie úspešnejší v prvej skupine recipientov, teda u tých, ktorí vedeli, že majú s presvedčovateľom niektoré postoje zhodné. Takýto jav sa v psychológii označuje ako „halo-efekt", podľa ktorého súhlasnosť hodnôt v jednej oblasti dyadickej interakcie zvádza jedinca produkovať v persuáznej interakcii súhlasné odpovede aj v inej oblasti.

Na základe dosiaľ uvedených skutočností si môžeme urobiť niektoré zovšeobecnenia. Predovšetkým je jasné, že pôsobenie similarity na výsledok presvedčovania sa nepresadzuje v tom zmysle, že akákoľvek podobnosť zúčastnených osôb zlepšuje proces presvedčovania. Teda skúsenostný poznatok „nech najskôr presvedčuje jeden z nich" nemusí vždy zaručiť úspech. Je to preto, že similarita sa nepresadzuje na základe akéhokoľvek výskytu analogických osobnostných znakov vzájomne komunikujúcich osôb, ale jedine na základe určitého špecifického výskytu týchto znakov, pričom platí, že na úspešnosť presvedčovania vplýva viac podobnosť v psychologickej oblasti znakov (napr. postoje) ako podobnosť v sociologickej oblasti znakov (napr. vek, vzdelanie).

Pri skúmaní vplyvu *disimilarity* sa zistilo, že aj pri nepodobnosti sa môžu komunikujúci jedinci akceptovať. To nie je novinkou, pretože už na základe bezprostrednej ľudskej skúsenosti sa akoby spontánne sformuloval poznatok, že „protiklady sa priťahujú". Vedu však zaují-

Rámik č. 9 *Reciprocita presvedčovania*

Možno deliť ľudí na presvedčovateľov a presvedčovaných už podľa povahy ich sociálneho statusu, alebo je presvedčovanie recipročný proces, v ktorom každý presvedčuje každého? Na túto otázku nám dáva odpoveď graf zostavený z výsledkov, o ktorých referujeme v rámiku č. 3 a 17.



Ako často presvedčujú „oni" „nás" a „my" „ich".
I. časť: similarita vyplývajúca z partnerstva (1. brat, 2. sestra, 3. kamarát, 4. milenecký partner, 6. manželský partner),

ma či možno tento skúsenostný poznatok dokázať aj experimentálne. Jedným z pozoruhodných výskumov v tejto oblasti je experiment Millera a McReynoldsa (1973, s. 84—155), ktorí testovali hypotézu, že keď budú všetky zdroje správy z hľadiska obsahu, hodnovernosti, odbornosti a kvalifikácie nositeľa identické a rozdiel bude len v rodovej príslušnosti nositeľa správy (išlo o správu z oblasti nukleárnej fyziky), ženy budú hodnotiť mužských komunikátorov ako kompetentnejších. Výskum skutočne túto hypotézu potvrdil. Pritom je zaujímavé, že aj keď sa hodnotenia o kompetencii mužských a ženských komunikátorov vždy nevyznačovali jednoznačnými rozdielmi, predsa sa

II. časť: disimilarita vyplývajúca zo subordinácie (7. matka, 8. otec, 9. syn, 10. dcéra, 11. nadriadený, 12. podriadený).

Z grafu vyplýva niekoľko záverov.

1. Ľudí nemožno rozdeliť len na presvedčovateľov a presvedčovaných; spravidla každý presvedčuje každého; presvedčovanie je teda metóda recipročného (vzájomného) ovplyvňovania.

2. V reciprocite presvedčovania sú však aj výrazné rozdiely podľa toho, či sa vzťahy medzi ľuďmi vyznačujú similaritou (v podobe partnerstva), alebo disimilaritou v podobe subordinovanosti (podriadenosť jedného voči druhému). Zatiaľ čo pri partnerských vzťahoch je častosť presvedčovania zúčastnených osôb vyvážená ($r_s = 0{,}89$; $P < 0{,}05$) alebo dokonca rovnaká (milenci, kolegovia, manželia), pri subordinovaných vzťahoch sa častosť presvedčovania zúčastnených osôb vyznačuje pomerne veľkou nevyváženosťou ($r_s = 0{,}04$; $P > 0{,}05$). Napríklad často nás presvedčuje matka alebo otec, ale my ich presvedčujeme menej. Aj v našom výskume rodičia niekoľkonásobne viac presvedčujú syna alebo dcéru, ale deti akoby na presvedčovanie „nemali". To je však vzhľadom na vek detí (ich rodičia mali v čase výskumu priemerne 25—27 rokov) samozrejmé.

3. V subordinovaných vzťahoch, vyplývajúcich z pracovného zaradenia skúmaných osôb, reciprocita presvedčovacieho ovplyvňovania neexistuje. Pracovne nadriadení nás presvedčujú, ale my vôbec nepresvedčujeme ich. Na druhej strane zasa my presvedčujeme svojich pracovne podriadených, ale ani títo nepresvedčujú nás. Ak sme predtým zistili (pozri rámik č. 3), že najviac presvedčuje ten, komu na druhom veľmi záleží, potom konštatovanie takmer nulovej presvedčovacej aktivity podriadených voči nadriadeným stavia personálnu psychológiu pred nové otázky.

ukázalo, že ženy hodnotili informácie od mužov ako kompetentnejšie aj na štatisticky signifikantnej úrovni.

Takéto zistenia sa v psychológii objasňujú tzv. javom profesionálneho tradicionalizmu, t. j. niektoré odbory (napr. v okruhu nukleárnej fyziky) sa pokladajú za typicky mužské profesie. Vysvetlenie sa však ukazuje ako neúplné, pretože v Goldbergovej štúdii ženské subjekty ohodnotili mužov ako kompetentnejších aj v takých odboroch, ako je výchova alebo dietetika, teda v odboroch, ktoré sa pokladajú za „ženské". Zdá sa, akoby psychológovia na Západe pozabudli, že najvýznamnejším faktorom rozdielnosti postojov medzi príslušníkmi obi-

dvoch pohlaví je sociálna tradícia, spoločenské zriadenie a spolu s nimi faktická a nielen deklarovaná rovnoprávnosť žien s mužmi.

Pri zisťovaní faktorov disimilarity, ktoré pozitívne ovplyvňujú presvedčovací proces, sa vari najviac dostal do popredia faktor *sociálneho statusu.* Ukázalo sa, že ovplyvniť sa môžu skôr ľudia s odlišným statusom. Samozrejme za predpokladu, že status ovplyvňovateľa je vyšší ako status ovplyvňovaného. Podľa Brembecka (1976) presvedčovateľ toho istého veku, tej istej ekonomickej situovanosti, toho istého kultúrneho založenia, toho istého náboženstva i povolania nemusí byť pri presvedčovaní taký úspešný ako presvedčovateľ s vyšším spoločenským statusom.

Vplyv „prestíže" má však takisto svoje limity a obmedzenia. Veľmi výrazne sa prejavuje prestíž pri ovplyvňovaní postojov založených na mienke alebo viere. Menej účinná je však pri získaní jedinca pre postoje založené na hodnotách. Tento poznatok, ktorého autormi sú Jones a Gerard (1967), možno chápať takto: pretože pri ovplyvňovaní postojov, ktoré sa zakladajú na viere, pôsobí prestíž, úspešnejší budú tí presvedčovatelia, ktorí majú vysokú autoritu u recipientov (faktor disimilarity). Keďže pri utváraní postojov založených na hodnotách účinnejšie pôsobenia zasa argumenty, úspešnejší budú tí presvedčovatelia, ktorí vedia svoje požiadavky čo najlepšie zdôvodniť. Ak budú pritom argumentovať príkladmi z vlastného života, v ktorom sa niektoré momenty zhodujú so životom recipientov, bude ich persuázne pôsobenie ešte úspešnejšie, pretože tu začne pôsobiť aj faktor similarity. King (1972) uvádza, že v pokuse presvedčiť vysokoškolských poslucháčov, aby nepoužívali drogy, sa môže úspešne uplatniť tak faktor disimilarity, ako aj faktor similarity. Ak sa v diskusii s poslucháčmi bude hovoriť o celkovom účinku drog na zdravie a pracovnú schopnosť človeka, výhodné je, keď bude ovplyvňovateľom nejaká autorita (napr. lekár). Ak sa však v diskusii bude hovoriť o následkoch požívania drog, výhodnejšie bude, keď alarmujúce argumenty z drogovej scény bude na základe vlastných zážitkov opisovať „jeden z nich" (napr. vrstovník — vysokoškolák).

Similarita a disimilarita nie sú len činiteľmi efektívnosti presvedčovania, ale sú aj jeho aktivátormi. Naše zistenia ukazujú (pozri rámik č. 9), že aj keď je presvedčovanie recipročný proces, predsa sa zúčastnené osoby medzi sebou líšia aj podľa toho, či vystupujú viac ako presvedčovatelia alebo viac ako recipienti. Zatiaľ čo v partnerských vzťahoch (similarita) môže každý vystupovať nielen ako presvedčovaný, ale aj ako presvedčovateľ, v subordinovaných vzťahoch (disimilarita) je úloha presvedčovateľa alebo presvedčovaného určená skôr sociálnym statusom.

VI.
FAKTORY PERSUÁZIE

K základným faktorom presvedčovania patrí predovšetkým *téza* a *argument*. Faktory sa na rozdiel od osobnostných činiteľov (persuáder, recipient) týkajú vecnej (materiálnej), čiže obsahovej stránky presvedčovania. Kým téza súvisí s otázkou „o čom" (t. j. o čom sa človek presvedčuje), argument odpovedá na otázku „čím" (t. j. čím sa presvedčuje). Zatiaľ čo téza je základom alebo východiskom presvedčovania, argumentom sa rozumie zdôvodňovanie platnosti tohto základu. Teda uvádzanie samých téz, nech by boli akokoľvek platné, nie je ešte presvedčovanie.

Treba povedať, že problematikou tézy a argumentu sa zaoberá predovšetkým logika. V logike je argument (dôkaz) obhajobou pravdivej tézy a vyvracaním nepravdivej tézy. Z toho vyplýva, že logický dôkaz sa používa iba vtedy, keď sa už téza vyslovila, sformulovala a treba zdôvodniť jej pravdivosť a presvedčiť seba aj iných o jej pravdivosti resp. nepravdivosti. Dôkaz v logike tvorí teda jednu z jej najdôležitejších častí.

Téza a argument navzájom úzko súvisia, pretože téza predpokladá argument a hodnotu argumentu možno posudzovať zasa len vo vzťahu k téze. Pri praktickom dokazovaní však nie je táto zrejmosť taká jednoduchá. Už klasická antická logika upozornila na niektoré chyby dokazovania.

1. Chyba zvaná *petitio principii* spočíva v tom, že za argument potvrdzujúci tézu sa pokladá také tvrdenie, ktoré samo potrebuje dôkaz.

2. Chyba zvaná *non sequitur* spočíva v tom, že argumenty uvádzané na potvrdenie tézy sú samy o sebe pravdivé, no pravdivosť samej tézy z nich nevyplýva (resp. nenasleduje). Inými slovami, nie sú dostatočným dôvodom na potvrdenie tézy.

3. Chyba zvaná *fallacia a dictu secundum quid ad dictum simpliciter*. Je to chyba z povedaného v relatívnom, podmieňujúcom zmysle k povedanému v nerelatívnom, v absolútnom zmysle. Teda tvrdenie platné iba za určitých podmienok sa uvádza ako platné za všetkých podmienok.

4. Chyba označovaná ako *reductio ad absurdum* vzniká vtedy, keď sa argumenty, ktoré majú potvrdiť tézu, prijímajú iba podmienečne a rozvíjajú sa tak, že sa k nim pripájajú iné, záporné argumenty. Z týchto novoprijatých argumen-

tov sa potom vyvodzujú dôsledky, ktoré sú však očividne nepravdivé. Keďže dôsledky vyplývajúce z týchto argumentov sú nepravdivé, nepravdivý sa ukazuje aj dôvod, teda téza, a to podľa pravidla, že ak je nepravdivý dôsledok, nepravdivý je aj dôvod.

Vzťah medzi tézou a argumentmi nie je iba logickým vzťahom, ale je aj vzťahom psychologickým. Úspešnosť presvedčovania prepokladá teda rešpektovanie nielen logických, ale aj psychologických pravidiel a poznatkov o formulovaní téz a argumentov.

1. FORMULOVANIE TÉZ

Najvšeobecnejším obsahovým základom každej tézy je určitá informácia. Nové informácie alebo správy, ktoré človek denne prijíma, dopĺňujú jeho poznatky, náhľady a predstavy a stávajú sa súčasťou jeho osobnej databanky. Niektoré správy však jedinec nechápe, príp. iné správy sa dostávajú do kolízie a rozporu s niektorými staršími informáciami. Nie vždy prejavuje človek úsilie prekonať takéto kolízie a rozpory vo svojich poznatkoch, názoroch alebo predstavách. Je známe, že jedinec dokáže žiť s mnohými protikladmi vo svojom poznatkovom a citovom svete, môže mať dokonca niektoré trvalé otvorené problémy, a predsa sa vždy neusiluje každú novú nesúladnú alebo protirečivú informáciu vyriešiť.

Inokedy však nové nesúladné informácie alebo správy doslova vyburcujú človeka, pretože ich existencia sa výrazne dostáva do protirečenia s tým, čo človek interiorizoval ako svoj životný program, zámer či koncepciu svojej existencie. V takomto prípade má človek opäť niekoľko možností. Môže novú správu zamietnuť, zavrhnúť a tým si zadovážiť predchádzajúcu osobnú stabilitu a pokoj. Vážne životné problémy sa však nedajú riešiť len ich bagatelizovaním. Skôr či neskôr si život od človeka vyžiada, aby buď z vlastného podnetu, alebo z podnetu iných riešil aj strategické otázky vzniknutého rozporu a protirečenia. Strategické riešenie si však prinajmenšom vyžaduje, aby jedinec podrobil kritickému rozboru novú informáciu a ak je pravdivá, aby mal odvahu vykonať „bolestné" prehodnotenie svojich doterajších presvedčení; zriecť sa ich alebo ich aspoň poopraviť.

Nie každá informácia je téza, iba informácia, ktorú jedinec podrobuje kritickému rozboru z hľadiska jej pravdivosti, sa nazýva *téza*. Téza je teda myšlienka alebo poučka, ktorej pravdivosť treba dokázať, príp. ubrániť. Téza môže byť nielen novou informáciou (správou), ale aj informáciou pôvodnou (presvedčenie). Téza v podobe správy sa dokazuje, téza v podobe presvedčenia sa obhajuje.

V súvislosti s pravdivosťou tézy treba povedať, že nie každý, kto dokazuje, je istý a kto oponuje, je neistý. Neistý je spravidla ten, kto má informáciu prijať (recipient), resp. neistý do takej miery, do akej si je istý v obhajobe pôvodnej informácie. Lenže recipient často oponuje aj očividnej pravde, ak je mu nepohodlná. Podstata presvedčova-

nia teda nespočíva v tom, ako to urobiť, aby niekto pochopil pravdu, ale najmä v tom, ako to urobiť, aby niekto prijal pravdu.*

Každá téza má svoju logickú a psychologickú stránku. Logická stránka tézy sa prejavuje v jej sémanticko-pravdivostnej zložke, ktorá zabezpečuje, aby štruktúra tézy zodpovedala zákonom a pravidlám správneho myslenia. Psychologická stránka tézy sa prejavuje v jej osobnostnom aspekte, pretože každá téza vyjadruje viac či menej aj osobnostný postoj toho, kto ju formuluje.

V praktickom presvedčovacom procese sa môže téza dokazovať sama osebe (vtedy, keď recipient nemá o probléme nijaké informácie a ani k nemu nezaujíma stanovisko). Môže sa obhajovať aj v porovnaní s inou tézou (vtedy, keď má recipient odlišné informácie, aké obsahuje téza persuádera). Môže sa obhajovať aj proti antitéze (vtedy, keď sa recipient angažuje za obhajobu informácie, ktorú interiorizoval ako vlastný vyhranený postoj).

Z logicko-sémantického aspektu je téza odpoveďou na riešenie určitého problému. Odpoveď môže byť sformulovaná v jednej (myšlienka) alebo vo viacerých vetách (poučka). Téza môže obsahovať iba tvrdenie, napr. „lepšie je tráviť dovolenku v cudzine ako doma“, alebo tvrdenie spojené s jedným či niekoľkými argumentmi, napr. „lepšie je tráviť dovolenku doma ako v cudzine, lebo je organizačne i finančne menej náročná“. V prvom prípade sa hľadajú argumenty na zdôvodnenie tvrdenia, v druhom prípade sa podrobujú skúmaniu samy argumenty z hľadiska ich oprávnenosti a závažnosti. Z toho vyplýva, že medzi tézou a argumentom nie je nezlučiteľný rozdiel, pretože za určitých okolností sa stáva argument tézou a naopak. To je zároveň jedna z charakteristických čŕt procesuálnej stránky presvedčovania.

Keďže téza je odpoveďou na riešenie problému, nie je pravidlom, že toto riešenie by sa z logického, a tým viac zo psychologického hľadiska dalo zahrnúť do jednej tézy. To znamená, že treba rozlišovať medzi *úplnými* tézami a tézami *čiastkovými*. Už existencia čiastkových téz upozorňuje, že ich uvádzanie nemôže byť náhodné, ale nevyhnutná je tu určitá postupnosť a následnosť. To zasa predpokladá, aby mal presvedčovateľ určitý plán a program uvádzania čiastkových téz.

Keďže pri presvedčovaní nejde len o objasnenie pravdivosti, ale predovšetkým o jej prijatie recipientom, treba rozlišovať medzi čiastkovými tézami *vysvetľujúcimi*

---

* Na druhej strane by mal istý byť ten, kto novú informáciu dokazuje (presvedčovateľ). Poznatok „nemôže zapaľovať ten, kto sám nehorí“, teda nemôže presvedčiť ten, kto nie je presvedčený, sa pri ovplyvňovaní ľudí neuplatňuje vždy bezozvyšku. Psychológovia upozorňujú, že presvedčovať môže, a to dokonca úspešne aj ten, kto sám nie je presvedčený, pretože efektívne procedúry presvedčovania sa dajú naučiť (uistenosť možno takisto predstierať). Niektorí zasa presvedčujú aj preto, aby sa sami uistili o pravdivosti toho, o čom nie sú celkom presvedčení („musí byť na tom niečo, keď uveril“ alebo „asi to neplatí, keď o tom tak pochybuje“). Metódu presvedčovania (ako na to upozorňujú aj niektoré príklady zo života) možno teda zneužívať.

a čiastkovými tézami *aplikačnými*. To naznačuje, že presvedčovanie je iba málokedy jednorazovou akciou. Spravidla ide o dlhodobý proces.

Keďže recipient môže mať k téze persuádera rozličné postoje (od indiferentných až po vlastné protikladne angažované stanovisko), čiastkové aplikačné tézy treba psychologicky prispôsobiť tak, aby boli pre recipienta čo najviac prijateľné. Psychológia sústreďuje svoju pozornosť predovšetkým na otázku formulovania aplikačných téz v súvislosti s ich komunikatívnosťou, kontradiktívnosťou a personifikovanosťou.

KOMUNIKATÍVNOSŤ

Prvá skupina požiadaviek na formulovanie téz sa týka ich komunikatívnosti, t. j. do akej miery tézy psychologicky správne sprostredkovávajú informácie o tom, čo má byť predmetom dokazovania alebo obhajoby. Podľa N o ž i n a (1980, s. 11) musí byť téza precízne formulovaná, v priebehu dokazovania sa nesmie meniť a nesmie obsahovať logický rozpor".

Precízna jazyková formulácia tézy je nevyhnutnou podmienkou. V opačnom prípade si téza vyžaduje objasňovanie. Objasňovanie je však metóda sprostredkovania poznatkov a jej výsledkom je iba pochopenie. Teda nie každá (siahodlhá) diskusia o téze je hneď aj presvedčovaním. Aby sme si nezamieňali vysvetľovanie s presvedčovaním, je nevyhnutné tézu uvádzať v pojmoch a nie v predstavách. Totiž zatiaľ čo je svet pojmov komunikatívny, pretože odráža všeobecné a podstatné znaky predmetov a javov, svet predstáv má nízku komunikačnú hodnotu, pretože je subjektívny a často je aj jedinečným svetom človeka. Preto sú nielen predstavy, ale aj dojmy a rozličné vkusové postoje či estetické zážitky veľmi nevďačnou východiskovou bázou presvedčovania.

Nedostatky v pojmovom formulovaní tézy majú za následok stratu alebo zámenu tézy. Stáva sa to najmä pri používaní neurčitých (vágnych) výrazov, napr. hromada, dobrý, starý, veľa, holohlavý, šedivý, pekný a pod. (pozri rámik č. 10). Pri formulovaní téz vznikajú problémy aj zásluhou mnohovýznamových výrazov (homonymá). Aj keď je pri homonymách už z kontextu vety často jasné, na ktorú triedu objektov sa termín vzťahuje, predsa môže v niektorých prípadoch (ak existujú výrazy označujúce aspoň dve odlišné triedy objektov, ktoré sa od seba nápadne líšia) nastať zámena tézy. Takýmito výrazmi sú napr. individualista, idealista, nespoločenský a pod. Zmysel informácie môže zmeniť aj jednoduchá zámena slov, napr. vety „ten obrus je krásny, ale drahý", „ten obrus je drahý, ale krásny" prinášajú rovnakú informáciu, ale z prvej je zrejmý odmietavý postoj zákazníka ku kúpe a z druhej je zasa zrejmý sklon ku kúpe.

Strata alebo zámena tézy môže byť nielen náhodná (napr. pri neskúsenom presvedčovateľovi), ale aj zámerná. Zámernú zámenu často používajú ideologickí odporcovia ako vedomý sofistický spôsob v polemike. Keď nie sú schopní dokázať predpokladanú myšlienku, usilujú

Rámik č. 10 *Zhody a odlišnosti v chápaní slov*

Doklad o tom, že tie isté slová nemusí každý rovnako chápať, sme našli aj v malej prieskumnej sonde, v ktorej sme skupine 51 gymnazistov predložili zoznam náhodne vybraných 10 podnetových slov. Úlohou skúmaných bolo vyjadriť vo forme definície význam, ktorý každému slovu pripisujú. Keďže išlo o psychologický prieskum, nezaujímalo nás, do akej miery skúmané osoby poznajú objektívny význam slova (ale iba to, koľko je medzi opýtanými takých, ktorí podnetové slovo chápu rovnako).

Definované slovo	Celkový počet definícií	Z nich výskyt najčastejších definícií	Počet vzájomne odlišných definícií alebo ich skupín
šedivý	72	51,38 %	7
holohlavý	60	88,33 %	4
pekný	56	71,42 %	11
zlý	67	73,13 %	7
starý	72	44,44 %	16
hromada	59	54,23 %	4
veľa	57	78,94 %	6
individualista	59	47,12 %	7
nespoločenský	59	35,60 %	8
idealista	59	71,42 %	10

Keďže niektorí z opýtaných uviedli aj dve definície a niektorí zasa ani jednu, počet odpovedí pri každom slove kolíše. Celkove sa ukázalo, že pri každom slove sa vyskytlo priemerne 61,10 % definícií (výskyt najčastejšie definícií), v ktorých sa skúmané osoby zhodovali v chápaní jednotlivých slov. Pri každom slove bolo zároveň uvedených priemerne 8 odlišných definícií alebo ich skupín. Z tabuľky však vyplývajú aj značné odchýlky od tohto priemeru. Napríklad pri podnetovom slove „nespoločenský" sa v 21 definíciách hovorilo o neprispôsobivom, v 19 o neslušnom, v 13 o nekultúrnom, v 2 o nehumánnom a v 1 prípade o protispoločenskom, nekolektívnom, egoistickom a hanblivom človeku.

Toto naznačuje, že pri verbálnej komunikácii treba celkom reálne predpokladať rozdiely medzi presvedčovateľovým a recipientovým chápaním používaných slov. Ak sa na to neprihliada, komunikujúce osoby sú často prekvapené, že sa nemôžu dohodnúť, hoci sa vyjadrujú v tom istom jazyku a na označenie toho istého javu používajú tie isté slová.

sa umelo preniesť pozornosť oponenta na inú otázku, ktorá sa navonok podobá pôvodne dokazovanej téze, no pritom má celkom odlišný obsah (N o ž i n, 1980, s. 112).

Myšlienkové obsahy, ktoré treba sformulovať do tézy, majú odrážať niektorú stránku, aspekt alebo moment skutočnosti, ktorá je v človeku alebo mimo neho. Akákoľvek skutočnosť je charakterizovaná protirečivosťou a rozpornosťou, ktoré patria k podstatným znakom dialektiky vývoja. Tieto objektívne rozpory by však nemali vyúsťovať do subjektívnych rozporov, prejavujúcich sa pri formulovaní tézy tak, že sa tomu istému objektu, v tom istom čase a v tom istom zmysle budú pripisovať dva protirečivé znaky. V logike upozorňuje na túto požiadavku *zákon sporu*, podľa ktorého sa v procese uvažovania o nejakom objekte alebo predmete myšlienky tento objekt nesmie skúmať ako niečo odlišné od toho, čím je. Zákon sporu porušujú najmä začiatočníci, ktorí sa pri búrlivom polemizovaní neraz zapletú do vlastných slov a potom tvrdohlavo obhajujú alebo zdôvodňujú aj to, čo nebolo predmetom presvedčovania. Porušenie tohto zákona spôsobuje najväčšiu chybu v komunikatívnosti tézy. Človek, ktorý sa dostal do sporu sám so sebou, stratil akúkoľvek nádej, že niekoho presvedčí. Na druhej strane znamená zistenie rozporu v tézach svojho odporcu skoro toľko ako víťazstvo.

KONTRADIKTÍVNOSŤ

Druhá skupina požiadaviek na formulovanie téz sa týka ich kontradiktívnosti, čiže protirečivosti. Ako sme už spomenuli, podmienkou presvedčovania je existencia aspoň dvoch téz, z ktorých jedna protirečí druhej. Podľa toho, do akej miery sa jedna téza odlišuje alebo protirečí druhej, hovoríme o úplne protikladnej antitéze, diferenciačnej antitéze a problémovej antitéze. Pritom platí poznatok, že čím sú tézy kontradiktívnejšie, tým sú predpoklady na presvedčovanie aktuálnejšie, no výsledky sú však menej efektívne. Inak povedané, príkra kontradiktívnosť tézy priamo provokuje jej nositeľa, aby prekonával tézy toho druhého. Veľkosť rozdielov však zároveň provokuje i toho druhého, aby oponoval, pretože obhajovaním tézy, ktorá je presvedčením, človek akoby hájil aj svoju osobnosť — individualitu.

Formulované tézy neodrážajú len logickosť, ale odrážajú zároveň aj psychologickú stránku riešeného problému. Práve premyslené uplatňovanie psychologickej stránky umožňuje značne zmierňovať kontradiktívnosť téz bez toho, aby sa okliešťil objektívny obsah informácie, ktorú vyjadrujú. O čo tu vlastne ide?

Všeobecne možno povedať, že logicky najkontradiktívnejšia je *protikladná téza*, čiže *antitéza*, pretože úplne popiera, alebo zamieta to, čo sa v téze tvrdí. Napríklad osoba A je presvedčená o téze x a chce „preňu“ získať osobu B, ktorá obhajuje úplne opačnú tézu y. Stanovisko osoby A je pre osobu B antitézou. Psychologicky však bude mať toto úplne protikladné stanovisko potenciálne rozličnú prijateľnosť podľa toho, či pôjde o antitézu nulovú, t. j.

takú, ktorá len popiera tézu recipienta, alebo o antitézu pozitívnu, ktorá síce tézu popiera, ale zároveň prináša za to, čo berie, aj náhradu. Napríklad téza „potrebujem ísť na turistiku“ nemusí byť popretá iba nulovou antitézou, ale rovnako, ba psychologicky ešte účinnejšie, aj antitézou „za“: „potrebuješ ísť skôr na rekreáciu ako na turistiku“.

Je už v povahe človeka, že sa uzaviera pred každým, kto iba neguje, vyvracia a je proti. Preto je psychologicky prijateľnejší pozitívny prístup, teda taký prístup, ktorý niečo prináša, o niečo sa usiluje. Namiesto zdĺhavého uvádzania dôkazov o platnosti tejto poučky upozorňujeme, že v pedagogike patrí pozitívne výchovné pôsobenie (pôsobenie „za“) už dlho k základným teoretickým postulátom tejto vednej disciplíny.

Ak platí, že psychologicky je u recipienta na tom lepšie ten, kto pred ním niečo obhajuje, ako ten, kto mu niečo vyvracia, potom možno vo vhodných súvislostiach kontradiktívnosť antitézy ešte viac oslabiť, keď bude osoba A pôsobiť na osobu B nielen pozitívne (t. j. obhajovať svoju tézu x), ale zároveň sa obratne vyhne polemizovaniu o téze y. Výhodou takéhoto pôsobenia je, že osoba B nevníma stanovisko osoby A ako antitézu a neuzatvára sa pred jeho zdôvodnením.

Osobitosťou *diferenciačných téz* je, že sú stredne kontradiktívne, keďže sa vzájomne odlišujú od seba iba v niektorých momentoch.

To, že sa diferenciačná antitéza vníma ako menej kontradiktívna, je podmienené tým, že recipient sa priaznivejšie stavia k presvedčovaciemu procesu, ak vie, že jeho stanovisko sa v určitých bodoch zhoduje so stanoviskom oponenta. Preto sa vynikajúci presvedčovatelia usilujú už východiskové tézy presvedčovania sformulovať tak, aby sa v niektorých bodoch čo najviac zhodovali a teda boli čo najmenej kontradiktívne. Napríklad ak sú dve tézy protikladné obsahom, môžu sa zhodovať formou, ak sa rozchádzajú vo vzťahu k niektorým faktom, môžu sa zasa zhodovať vo vzťahu k iným faktom, ktoré s predchádzajúcimi nejako súvisia. Ak existujú protikladné stanoviská k príčine vzniku dvoch javov, nemusia byť ešte protikladné aj v otázkach času alebo spôsobu ich vzniku. Teda to, či presvedčovateľ postaví svoje stanovisko ako antitézu alebo ako diferenciačnú tézu, nie je podmienené ani tak objektívnou skutočnosťou, ako skôr osobitosťami tzv. psychickej optiky, t. j. ako vidí, resp. chce vidieť svoje problémy a problémy toho druhého.

Na to, aby sa znížila kontradiktívnosť, je potrebné pôvodnú tézu zmeniť na diferenciačnú tézu. Pôvodná jednoduchá téza sa zmení na diferenciačnú tézu vtedy, keď sa jej základná časť, napr. „potrebujem ísť na dovolenku“, skladajúca sa z činiteľa deja (kto) a predmetu deja (čo), rozšíri o rozvíjajúcu časť tézy. Rozvíjajúca časť obsahuje spravidla také modality realizovania deja ako čas (kedy), miesto (kde) a spôsob (ako). Príkladom diferenciačnej tézy môže byť formulácia „v júli potrebujem ísť s Čedokom na dovolenku k moru“.

Zmenou pôvodnej jednoduchej tézy na tézu diferenciačnú sa nám

Tab. 5. *Modality formulovania téz*

Riadok	Základná časť tézy		Rozvíjajúca časť tézy	
	Činiteľ a predmet deja		Modality realizovania tézy	
	Kto a čo	Kedy	Kde	Ako
1.	Diferenciačná téza	vtedy	tam	tak
2.	Antitéza	nikdy	nikde	nijako
3.	Diferenciačná antitéza	inokedy	inam	inak

zároveň pôvodná antitéza mení na diferenciačnú antitézu, čím (tab. 5) sa neutralizuje alebo značne zmenšuje jej kontradiktívnosť. Z tabuľky možno vyčítať, že pridaním rozvíjajúcej časti tézy v podobe modalít „vtedy“, „tam“, „tak“ (1. riadok) sa stáva antitéza „nepotrebuješ ísť na dovolenku“ v porovnaní so základnou časťou tézy „potrebujem ísť na dovolenku“ prakticky nerealistickou. Totiž je nepravdepodobné, že činiteľ deja (2. riadok) „nikdy“, „nikde“ a „nijako“ nemôže realizovať svoj zámer. Skôr je pravdou, že človek, keď nie „vtedy“, tak „inokedy“, keď nie „tam“, tak „inam“ a keď nie „tak“, tak aspoň nejako „inak“ (3. riadok) môže uskutočniť to, čo chcel.

Osobitosťou *problémových téz* je, že sú najmenej kontradiktívne. Zatiaľ čo v predchádzajúcich prípadoch kontradiktívnosť vyplývala z existencie druhej tézy a bola tým väčšia, čím bola druhá téza protikladnejšia, pri problémových tézach spočíva kontradiktívnosť už v samej téze. Základom kontradiktívnosti je pochybnosť o platnosti vlastnej tézy, takisto ako pochybnosť o platnosti tézy toho druhého.

Východiskom presvedčovania pri protikladných a diferenciačných tézach je istota (skutočná alebo aspoň predstieraná) o výlučnej a jedinej platnosti toho, o čom sa presvedčovateľ usiluje. Pri problémových tézach osoba A nie je úplne presvedčená o platnosti svojej tézy x, podobne ako osoba B nie je presvedčená o platnosti tézy y. To utvára priaznivé podmienky na spoluprácu, vzájomné dopĺňanie a obohacovanie.

Z procesuálneho hľadiska je pre protikladné a diferenciačné tézy príznačné, že každá zo zúčastnených osôb sa pri presadzovaní svojej tézy vyznačuje odlišnou kontradiktívnou činnosťou, ktorá vyplýva z osobného vzťahu k daným tézam. Napríklad osoba A dokazuje svoju tézu, a tým priamo alebo nepriamo vyvracia tézu y, osoba B zasa obhajuje svoju tézu y, a tým priamo alebo nepriamo spochybňuje tézu x. Pri problémových tézach sa činnosť osôb vzájomne neodlišuje, pretože zúčastnené osoby nemajú fixne stanovené funkcie (presvedčovateľa alebo recipienta). Tieto funkcie sa v priebehu presvedčovania striedajú. Každá osoba je tak odovzdáva-

teľom, ako aj príjemcom. Teba obhajoba sa nevzťahuje len na vlastnú tézu a vyvracanie sa zasa nevzťahuje iba na cudziu tézu. Osoby A a B rovnako dokazujú alebo spochybňujú platnosť svojej tézy, ako aj tézy toho druhého. Nejde tu teda o osobu, ale o vec; nejde o to, či sa prijme „tvoje“ alebo ‚moje“ ale o to, aby to, čo sa prijme maximálne zodpovedalo objektívnej skutočnosti.

Výsledkom presvedčovacieho procesu pri protikladných a diferenciačných tézach je, že buď platí jedno, alebo druhé, buď recipient prijme novú tézu, alebo si ponechá svoju. Z toho vyplýva, že výsledok presvedčovacieho procesu sa tu presadzuje iba v zmysle zákona vylúčenia tretieho. Javy myšlienkového sveta, ktorých pravdivosť sa overuje v presvedčovacom procese, sú však oveľa zložitejšie, ako sa dá vyjadriť len v úzkych rámcoch jedného zo základných zákonov myslenia, pretože aj „. . . výlučné dodržiavanie zákonov formálnej logiky ešte nedáva možnosť poznať pravdu“ (S t r o g o v i č, 1951, s. 56). V protiklade k tomuto sú závery presvedčovacieho procesu pri problémových tézach vo svojich rezultátoch obsiahlejšie. Aj tu sa môže po vzájomnom objasnení, príp. doplnení a spresnení prijať buď jedna, alebo druhá téza, no môže sa prijať aj syntéza obidvoch, príp. sa môže prijať aj celkom nová odlišná téza ako výraz tvorivého kooperatívneho prekonávania predchádzajúcich téz.

Osobitosťou protikladnej a diferenciačnej tézy je, že sa vyjadrujú buď v podobe *asertorického súdu*, t. j. jestvovanie alebo neprítomnosť určitého znaku sa definujú ako existujúce skutočnosti, alebo v podobe *apodiktického súdu*, to znamená, že jestvovanie alebo nejestvovanie určitého znaku sa definujú ako nevyhnutné. Preto obidve tézy obsahujú nielen formulu S je P (S — subjekt, P — predikát) alebo S nie je P, ale aj formuly S musí byť P alebo S nemôže byť P. Naproti tomu problémové tézy (ako to vyplýva z ich názvu) sa vyjadrujú v podobe *problémového súdu*, ktorým sa vyjadruje iba pravdepodobnosť alebo možnosť existencie či neprítomnosti určitého znaku (pozri rámik č. 11).

Pre presvedčovací proces sú teda výhodnejšie diferenciačné a najmä problémové tézy, lebo sú najmenej kontradiktívne. Z toho vyplýva, že všade tam, kde sú na to podmienky, treba formulovať východiskové tézy do problémovej podoby. Tak ako možno protikladné tézy formulovať ako diferenciačné, takisto možno protikladnú a diferenciačnú tézu uviesť v problémovej podobe.

Skutočnosť, ktorá sa odráža v našich myšlienkových tézach, je však objektívne protirečivá. Preto vzniká otázka, či možno túto protirečivosť v subjektívnom odraze ľubovoľne meniť. Fakticky tu nejde o zmenu obsahu protirečenia, ale iba o sprístupnenie jeho formy. Aj pri presvedčovaní je rozhodujúci cieľ, t. j. získanie presvedčovaného pre akceptovanie tézy. Spôsob, postup alebo proces (ak je v súlade s etickými normami) je však tak ako pri iných výchovných metódach podriadený zámeru, ktorý napomáha dosahovaniе cieľa.

Rámik č. 11 *Uvážené alebo predpojaté formulovanie téz*

Apodiktické, asertorické a problémové súdy sa od seba odlišujú z viacerých hľadísk. Napríklad z hľadiska presnosti je apodiktický súd presnejší ako asertorický a asertorický súd je zasa presnejší ako problémový súd. Z hľadiska pravdivosti môže byť apodiktický a asertorický buď pravdivý, alebo nepravdivý; naproti tomu problémový súd nie je jednoznačne ani pravdivý, ani nepravdivý. V tom je nielen jeho logická, ale aj psychologická osobitosť. Práve preto je výhodný pre formulovanie téz v tých situáciách, ktoré sú z hľadiska pravdivosti nejednoznačné alebo neurčité.

Ako sa však v skutočnosti medzi sebou ľudia líšia, keď stoja pred úlohou formulovať východiskovú tézu presvedčovania v situáciách, v ktorých je výskyt javov objektívne neurčitý a nejednoznačný? Aby sme získali odpoveď na túto otázku, urobili sme testovaciu sondu so 181 gymnazistami posledných ročníkov a s poslucháčmi odboru pedagogika z druhých ročníkov. Test obsahoval sériu výrokov, ktoré opisovali určité situácie. Z ich obsahu nebolo možno jednoznačne určiť následky opisovaného javu. Ku každému výroku boli pripojené tri možné odpovede, z ktorých jedna bola blízka apodiktickému (musel), jedna asertorickému (bol) a jedna problémovému tvrdeniu (mohol). Napríklad „učiteľ zistil, že žiak celý týždeň simuloval. Preto žiak 1. mohol byť potrestaný, 2. bol potrestaný, 3. musel byť potrestaný".

Úlohou skúmaných bolo podčiarknuť tú odpoveď, ktorú by v diskusii s priateľmi najskôr obhájili (príloha č. 2). Aj keď je v situáciách s objektívne nejednoznačným a neurčitým výskytom javu najvhodnejšia odpoveď „mohol", medzi získanými 1629 odpoveďami sa vyskytla iba v 53,6 % prípadov. Skoro jedna tretina odpovedí (32,3 %) bola formulovaná na základe asertorického súdu („bol"). Dokonca našlo sa 13,6 % úlpne neadekvátnych odpovedí, t. j. v podobe apodiktického súdu („musel").

Podľa iného ukazovateľa výsledkov — výpočtu skóre, ktoré infor-

PERSONIFIKOVANOSŤ

Tretia skupina požiadaviek na formulovanie téz sa vzťahuje na otázku ich personifikácie, t. j. zosobňovania. Persuázia sa odlišuje od iných komunikačných procesov tým, že tu nemôžeme hovoriť o jednoduchej výmene informácií medzi dvoma osobami, ale jedine o takej výmene, pri ktorej sa jedna informácia uznáva, druhá zaznáva, jedna sa akceptuje a druhá odmieta. Informácie sú však spojené s ich nositeľmi, t. j. vždy vyjadrujú niečo z ich osobnosti (predstavy, názory, city, motívy atď.). Tak sa stáva, že akceptovanie alebo odmietanie informácie účastníci presvedčovania často prežívajú aj ako akceptovanie alebo

muje o tom, koľko bolo takých, ktorí si volili odpoveď len č. 1 alebo č. 3, príp. niektorý stupeň medzi odpoveďami 1 až 3 sme zistili toto:

Skóre	f	%	Deskripcia skóre
iba 1,0	7,42	4,1	iba jedna
od 1,1—1,5	64	35,1	skoro iba jedna
od 1,6—2,0	105	58,1	skôr dve ako jedna
od 2,1—2,5	5	2,7	skoro iba dve
od 2,6—3,0	—	—	skôr tri ako dve
iba 3,0	—	—	iba tri

Aj keď sa nenašiel nik, kto by si v celom teste volil iba odpoveď č. 3, predsa volilo správnu odpoveď, t. j. odpoveď č. 1, v celom teste iba 4,1 % jedincov. U ostatných sa viac alebo menej vyskytovala aj voľba odpovede medzi 1,1 až 2,5.

Keď sme porovnávali voľbu odpovedí vo vzťahu k prospechu, ukázalo sa, že jedinci s lepším prospechom a vyznamenaní si častejšie volili odpoveď „bol" a naopak, jedinci s horším prospechom zasa o niečo častejšie odpoveď „mohol". Možno to vysvetliť vari aj tým, že výborní žiaci sú naučení podávať presné, čiže určité odpovede, pretože pri skúškach znamená každá neurčitá odpoveď nižšie hodnotenie. Je však paradoxné, že práve táto prednosť výborných žiakov sa prejavuje ako vážny nedostatok pri formulovaní východiskových téz do diskusie. Pravdepodobne bude treba ešte veľa osvetového pôsobenia, aby sa ľudia naučili správne odhadovať problémové situácie a na základe toho mohli aj formulovať svoje východiskové tézy uvážene, t. j. tak, aby už na začiatku presvedčovania svojimi zaujatými tvrdeniami zbytočne neprehlbovali existujúce názorové rozdiely.

odmietanie vlastnej osoby. Preto viacerí autori tvrdia (H a r i n g, 1976, s. 59), že práve pri persuázii „má interakcia dvoch ľudských jedincov principiálne prestížny charakter", čo núti presvedčovaného na jednej strane a presvedčujúceho na druhej strane, aby zvýraznili súperivý postoj.

Keďže súperivosť je záporným javom akéhokoľvek presvedčovania, vzniká úsilie odosobňovať (depersonifikovať) tie prejavy presvedčovacieho procesu, ktoré smerujú k zdôrazňovaniu prestíže komunikujúcich osôb. Nie náhodou môžeme pri presvedčovaní počuť „nebuď osobný", „nedívaj sa na vec len svojimi očami", „keby si sa dokázal odosobniť" a pod. Takéto výrazy však sotva

môžu niečo zmeniť na personifikácii presvedčovania. Veď „prečo by som sa mal práve ja odosobňovať v prospech presadenia teba“, myslí si neraz adresát takýchto výziev. To však neznamená, že by bol problém neriešiteľný. Riešiť ho však nemožno výzvami a apelmi, ale jedine vhodnou depersonifikáciou jednotlivých faktorov persuázie, ku ktorým patria predovšetkým tézy ako východiská presvedčovania.

Personifikácia téz je daná už tým, že sa v nich odráža osobné stanovisko presvedčovateľa i presvedčovaného. Keby to tak nebolo, nešlo by o tézy presvedčovania, ale iba o tézy vysvetľovania, poučovania, teda vzdelávania. Tézy vzdelávania sa vyznačujú tým, že v nich ide o poznatok, ktorého platnosť sa vyjadruje jeho vnútornou logikou, no nie autoritou vysvetľovateľa. Pri tézach presvedčovania však proti sebe stojí na jednej strane osobné presvedčenie presvedčovateľa a na druhej strane osobné presvedčenie presvedčovaného; každý z nich rozoznáva to, čo je moje, od toho, čo je tvoje. Preto sa zdôrazňuje alebo obhajuje „moje“ a „tvoje“ stanovisko, „moje“ a „tvoje“ presvedčenie. Táto skutočnosť sa potom infiltruje aj do východiskových téz v tom zmysle, že spravidla sa formulujú v prvej a druhej osobe — „ja som presvedčený, že . . . , ale ty sa iba domnievaš . . .“, hovorí zvyčajne presvedčovateľ. „Ja som si istý, že . . . , ale ty nemáš pravdu“ — bráni sa zase presvedčovaný. Takto sa pojmy ja a ty veľmi často vyskytujú už v úvodných tézach presvedčovania. Sú to však podnetovo veľmi senzitívne pojmy. Aj pod ich vplyvom sa môže presúvať tvorivé hľadanie pravdy do polohy osobnej prestíže a odtiaľ je už len krok k súperivosti a rivalite, pre ktoré platí formula „buď ty, alebo ja“. Nie náhodou sa v súčasnosti venujú psychologickým problémom tohto dyadického vzťahu celé monografie. Problém sa zvyčajne rieši depersonifikáciou východiskových téz. Tá sa môže uskutočňovať aj na základe substitúcie osobných zmien ja a ty. V podstate rozoznávame substitúciu skupinami, mediátormi a predmetmi. Podľa toho, či dôjde k náhrade obidvoch zámen dyády, alebo len niektorého z nich, hovoríme buď o úplnej, alebo o čiastkovej substitúcii.

Substitúcia skupinami. Už zo spoločenského hľadiska sú menej akceptabilní ľudia, v reči ktorých sa veľmi často vyskytuje osobné zámeno „ja“. Nie náhodou sa vo viacerých príručkách o spoločenskom správaní v záujme akceptabilnosti toho, kto hovorí, odporúča vynechávať toto zámeno a radšej sa vyjadrovať vetami so zamlčaným podmetom. Žiaľ, nemáme zatiaľ poruke empirické psychologické zistenia, ktoré by ukazovali, či a do akej miery robí dodržiavanie tejto požiadavky ľudskú reč pre toho druhého atraktívnejšou.

Keďže je používanie prvej a druhej osoby jednotného čísla potenciálnym faktorom zosobňovania informácie v očiach recipienta, a tým aj utvárania rivalitnej situácie, z psychologickej stránky sa ukazuje ako výhodnejšie používať v presvedčovacom procese prvú a druhú osobu množného čísla. Osobné zámená „ja“

a „ty“ teda nahrádzame zámenami „my“ a „vy“. Výhodou takejto formulácie je, že osobné záujmy, postoje a stanoviská obidvoch partnerov sa povyšujú na neosobné. Jedinec nadobúda dojem, že riešený problém nie je individuálnou záležitosťou jedného človeka, ale celej skupiny, a to či už ide o primárne (rodina, priatelia), alebo sekundárne skupiny (školská trieda, pracovný kolektív). Ďalšou prednosťou používania takejto formulácie je skutočnosť, že presvedčovateľova osoba sa nestráca, nie je anonymná (ako je to vo vetách so zamlčaným podmetom), ale naopak je umocnená tými, ku ktorým patrí a v mene ktorých vystupuje. To zároveň predstavuje značný psychologický tlak na recipienta, pretože v interakcii medziľudského ovplyvňovania akoby sa neustále aktualizovalo staré antické heslo „vox populi — vox dei“. Tento psychologický tlak je tým väčší, čím viac vystupuje pertraktovaná skupina v očiach recipienta ako skupina, do ktorej chce patriť. Mnohé sociálnopsychologické výskumy túto skutočnosť potvrdzujú, a preto napr. aj sovietsky psychológ P o r š n e v (1966) konštatuje, že v konečnej inštancii výkladu sociálnopsychologických javov musíme nahradzovať koncepty odvodené od „ja“, „ty“ . . . konceptmi odvodenými od „my“ a „vy“.

Takáto substitúcia má však v presvedčovacom procese aj určité nevýhody. Napríklad recipient môže byť odolnejší proti ovplyvňovaniu, pretože príslušnosť ku skupine (najmä primárnej) ho môže zaväzovať brániť nielen svoje stanovisko, ale aj stanovisko tých, ku ktorým patrí. To zvádza niektorých používať čiastkovú personálnu substitúciu, výrazom ktorej je formula „my“ a „ty“. Takáto osobnostná substitúcia je skutočne veľmi účinná. Zrejme ťažko sa odoláva tomu, komu už vo východiskovej téze neustále pripomíname, že je vo svojom presvedčení osamotený. Na druhej strane sa ťažko ovplyvňuje tomu, kto stojí sám proti názorom dobre sformovanej skupiny. Preto sa dobrovoľná voľba formuly „ja“ a „vy“ môže ospravedlniť iba u presvedčovateľa — začiatočníka.

Problematika substitúcie skupinami nie je diktovaná iba osobnými záujmami presvedčovateľa alebo recipienta, ale limituje ju aj etika presvedčovania. Nepravdivé pripisovanie svojich názorov určitej skupiny alebo vystupovanie v mene skupiny, ku ktorej jedinec nepatrí, sa hodnotí prinajmenšom ako demagógia. Podobne neoprávnené odtŕhanie názorov jedinca od názorov tých, ku ktorým skutočne patrí, je morálne neprípustné a charakterizuje sa ako „úder pod pás“. Teda substitúcia skupinami (aj keď značne znižuje nežiadúce osobné momenty presvedčovania a zároveň zvyšuje jeho účinnosť), nie je záležitosťou ľubovôle, pretože jej uplatňovanie je diktované objektívnou skutočnosťou. Všade tam, kde nemožno už vo východiskových tézach substituovať „ja“ za „my“ alebo „ty“ za „vy“, treba používať iný spôsob depersonifikácie.

Substitúcia mediátormi. V tomto prípade hovoríme o takom presvedčovaní, pri ktorom sú pôvodní nositelia myšlienok vo východiskových

Rámik č. 12 *Teória a prax depersonifikácie téz*

Teoretické poznatky o tom, že odosobnené a nepriame formulovanie východiskových téz presvedčovania je psychologicky výhodnejšie, pretože znižuje možnosť vzniku súperivého a konfliktového správania, vyvoláva otázku, ako a do akej miery prenikli tieto poznatky do presvedčovacej praxe ľudí. Na otázku sme sa pokúsili odpovedať testovacou sondou, v rámci ktorej sme 113 stredoškolákom v 4 skupinách a 45 vysokoškolákom v 3 skupinách dali za úlohu riešiť takéto situácie:

„Predstavte si, že zrazu chcete presvedčiť svojich rodičov, aby vám na začiatku druhého ročníka povolili prestup na inú školu, do ktorej by ste chceli chodiť od prvého ročníka. Vašou úlohou je zakrúžkovať poradové číslo toho spôsobu, ktorý pokladáte za najvhodnejší ako úvod presvedčovacej diskusie s rodičmi.

1. Človek, ktorý zistí, že sa nehodí na to, na čo sa v škole pripravuje; by pravdepodobne urobil lepšie, keby prešiel na druhú školu, aby potom celý život nerobil to, na čo nemá osobné predpoklady a čo ho nezaujíma.

2. Človek, ktorý zistí, že sa nehodí na to, na čo sa v škole pripravuje, nevyhnutne musí prejsť na druhú školu, aby potom celý život nerobil to, na čo nemá osobné predpoklady a čo ho nezaujíma.

3. Zistil som, že sa nehodím na to, na čo sa v škole pripravujem, a preto by som pravdepodobne urobil lepšie, keby som prešiel na druhú školu, aby som potom celý život nerobil to, na čo nemám osobné predpoklady a čo ma nezaujíma.

4. Zistil som, že sa nehodím na to, na čo sa v škole pripravujem, a preto musím nevyhnutne prejsť na druhú školu, aby som potom celý život nerobil to, na čo nemám osobné predpoklady a čo ma nezaujíma.

Vašou druhou úlohou je prečiarknuť poradové číslo toho spôsobu, ktorý pokladáte za najnevhodnejší z hľadiska úvodného formulovania problému do presvedčovacej diskusie s rodičmi.

Tabuľka ukazuje, že riešitelia hodnotili jednotlivé tézy z hľadiska vhodnosti a nevhodnosti jednoznačne, to znamená, čím viac určitú formuláciu akceptovali, tým menej ju zamietali, čo nám umožňuje interpretovať iba jednu časť z tabelovaných výsledkov, pretože na základe interpretácie jednej získame obraz o druhej.

---

tézach (presvedčovateľ a presvedčovaný) nahradení nejakými vhodnými prostredníkmi — mediátormi. Výhodou takéhoto zostavovania téz je, že osoby, ktoré sa zúčastňujú na persuáznej interakcii, vystupujú tak,

Spôsob formulovania tézy	Hodnotený riešiteľmi ako najvhodnejší f	%	najnevhodnejší f	%
1. neosobný a nepriamy (– –)	29	18,35	43	27,22
2. neosobný a priamy (– +)	4	2,53	71	44,94
3. osobný a nepriamy (+ –)	91	57,59	8	5,06
4. osobný a priamy (+ +)	34	21,52	36	22,78
Spolu	158	100,0	158	100,00

Ukázalo sa, že neosobné a nepriame formulovanie tézy (pozri č. 1) uprednostňuje ako psychologicky najvhodnejší spôsob presvedčovania iba 18,35 % riešiteľov. Naproti tomu osobné a priame formulovanie tézy, ktoré v sebe psychologicky zahrnuje najväčšiu možnosť konfliktu, uprednostňuje viac ako pätinu riešiteľov (21,52 %).

Na základe číselných údajov tabuľky môžeme odhaliť stratégiu, ktorou sa riešitelia ako celok riadili pri výbere téz. Zistené výsledky sú podmienené tým, že riešitelia sa pri výbere tézy orientovali oveľa viac na personálne ako na vecné hľadisko a že pri vecnom hľadisku síce správne uprednostňovali nepriame formulovanie tézy pred priamym, ale pri personálnom hľadisku zasa nesprávne uprednostňovali osobné formulovanie tézy pred neosobným. Práve preto osobnú a nepriamu formuláciu tézy pokladalo za najvhodnejšiu najviac riešiteľov (57,59 %), zatiaľ čo neosobnú a priamu formuláciu tézy pokladalo za najvhodnejšiu len 2,53 % riešiteľov.

Podstatnejšie rozdiely v naznačenom trende riešenia sa nezistili ani pri rozdelení výskumného súboru na stredoškolákov a vysokoškolákov. Bolo by však zaujímavé zisťovať, akými osobitosťami by sa v tejto súvislosti vyznačovali vekovo staršie skupiny našej populácie.

Depersonifikácia téz v podobe ich neosobného a nepriameho formulovania iba zdanlivo predlžuje presvedčovací proces. Naopak tým, že umožňuje nezaujaté posúdenie veci, predchádza nielen vzniku súperivosti a rivalizmu, ale odráža sa priaznivo aj na celkovej ekonomike času venovanej presvedčovaniu.

akoby sa ich celá problematika ani netýkala, teda odosobnene, nezaujate. Formuly tejto substitúcie sa tvoria so zámen tretej osoby jednotného a množného čísla: „ono“, „ona“, „on“, „ony“ a „oni“. Ich kombiná-

ciou vznikajú príslušné dyády persuáznej interakcie.

Okrem pomerne veľkých výhod je slabšou stránkou tejto substitúcie voľba mediátorov. Pri voľbe konkrétnych osôb do formuly „on“ a „on“ je malá pravdepodobnosť, že sa z hľadiska atraktívnosti podarí vybrať celkom rovnocenné osoby. Atraktívnejší mediátor tu môže pôsobiť na akceptovanie tézy, ktorú reprezentuje, sugestívnejšie. Napríklad diskusia o tézach trávenia dovolenky pri mori alebo na horách v prípade, že sa za mediátora prvej tézy zvolí osoba, ktorá sa teší všeobecnému uznaniu a rešpektu, a za mediátora druhej tézy osoba, ktorú nik neberie vážne, neponecháva na pochybách odpoveď, ktorá z téz má väčšie šance na „víťazstvo“.

Takýto nedostatok však ešte nemusí znamenať zavrhnutie tohto modelu. Môže sa uplatňovať aj tak, že sa nepracuje s konkrétnymi mediátormi, ale iba s imaginárnymi osobami. V tomto prípade sa zámeno „on“ nahrádza vzťažnými zámenami „niekto“, „ktorý“, „akýsi“ atď. Napríklad presvedčovateľ môže vychádzať z tézy „predstav si niekoho, kto má taký a taký plat, dĺžku dovolenky, vek a počet detí a rozhodol sa tráviť dovolenku pri mori . . .“. Do toho mu môže „skočiť“ oponent s analogickou tézou „predstav si niekoho, kto má taký a taký plat, vek, počet detí a rozhodol sa stráviť dovolenku na horách . . .“. Výhodou takejto diskusie je, že účastníci môžu zvážiť všetky výhody aj nevýhody obidvoch projektov dovoleniek, a to nielen v presne identických podmienkach, ale aj vo výrazne odosobnenej polohe. Tu sa už dostávame k poslednej forme depersonifikácie téz — k substitúcii predmetmi.

Substitúcia predmetmi. Tézy, ktoré sme až dosiaľ uvádzali, boli formulované na základe tzv. subjekt-predikátorových súdov, podľa formuly „S je (nie je) P“. Existujú však aj tézy, v ktorých sa subjekt vôbec nemusí objaviť. Tieto tézy sa začínajú zvyčajne slovami: „je správne, keď . . .“, „je dobré, ak . . .“, „je rozumné, aby . . .“ atď. Formulovanie takýchto téz je príznačné pre odbornú a vedeckú rozpravu. Aj všetky pravidlá, vzorce a poučky, ktoré vyjadrujú stavy, procesy a vzťahy niečoho k niečomu, sú, ak sa o ich pravdivosti diskutuje, vlastne bezsubjektovými tézami. Charakteristickým znakom týchto téz je, že z logického hľadiska sú formulované na tzv. vzťahových súdoch, a to na základe formuly a→R→b (a, b sú predmety a medzi nimi je vzťah R).

Z toho vyplýva, že formulovanie téz na základe formúl vzťahových súdov je vlastne substitúciou osôb predmetmi, pretože vzťahové súdy sú bezsubjektové, t. j. sú to súdy bez podmetu.

Bezsubjektové formulovanie téz je oprávnené všade tam, kde diskutujúce osoby charakterizuje vzťah súperivosti alebo rivalizmu a hrozí nebezpečenstvo, že argumentácia téz sa dostane na pozície osobne zaujatých stanovísk alebo osobných sporov. Napríklad ak syn oznámi otcovi — „chcem si kúpiť magnetofón na pôžičku“ a otec odpovedá — ‚najprv si ušetri peniaze a potom si ho kúp“, to sú vlastne dve východiskové tézy do diskusie, v ktorej sa každá strana

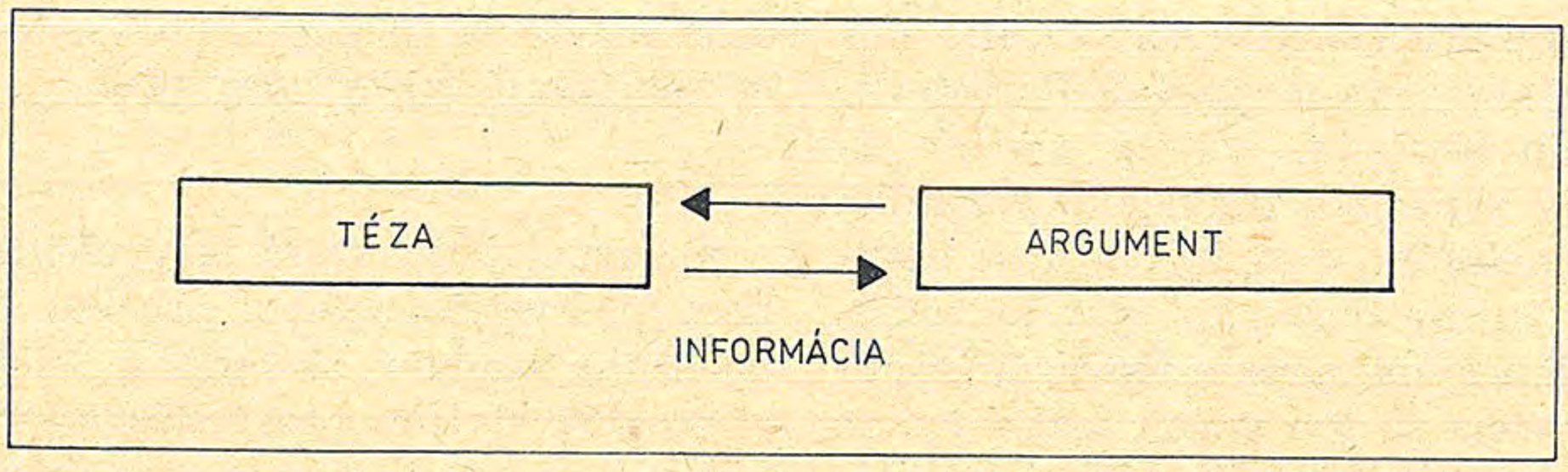
usiluje presvedčiť o správnosti svojho stanoviska tú druhú. Pretože za prvou tézou sú zrejmé osobné záujmy syna ako budúceho vlastníka magnetofónu a za druhou zase osobné záujmy otca ako vychovávateľa svojho syna, presvedčovacia argumentácia sa len veľmi ťažko vyhne osobným útokom. Napríklad syn môže argumentovať — „ty mi nechceš nič dopriať“, „vo všetkom ma obmedzuješ“; otec môže zasa argumentovať — „nemáš vytrvalosť . . .“, „nedokážeš si udržať peniaze . . .“, „nevieš si rozkázať“ atď. Takéto osobné invektívy sa však dotýkajú tej najcitlivejšej stránky — osobnej prestíže, a preto je nádej na rozumné posúdenie oprávnenosti jednej alebo druhej tézy minimálna. „Odsubjektivizovaný“ pohľad na predmet sporu by však ukázal, že diskutujúce osoby majú k sebe veľmi blízko, pretože z hľadiska podstaty problému ani jedna nie je proti kúpe magnetofónu. Rozchádzajú sa len v otázke správnosti podmienok nákupu. Nádeje na rozumné vyriešenie by boli pravdepodobne väčšie, keby sa diskutovalo o predmete a nie o osobách. Predpokladom takejto diskusie by však museli byť odsubjektivizované tézy, t. j. tézy, v ktorých nevystupuje do popredia osobný záujem, ale iba vecná podstata problému. Jednou z charakteristík odsubjektivizovaných téz je, že sa formulujú nepriamo (pozri rámik č. 12). Napríklad „keď nie sú peniaze a niečo sa potrebuje, správnejšie je nečakať a kúpiť si to na pôžičku, aby sa vec mohla hneď užívať“ (téza) alebo „keď nie sú peniaze a niečo sa potrebuje, správnejšie je počkať, pokiaľ sa našetrí a až potom si to kúpiť, aby sa nemuseli platiť úroky“ (antitéza).

*

V každej téze, ktorá je východiskom presvedčovacieho procesu, sa odrážajú osobné zámery a túžby presvedčovateľov i presvedčovaných. Preto je presvedčovanie zainteresovaným personifikovaným procesom. Bez osobných záujmov, osobného angažovania persuázny proces neexistuje. To platí tak o tézach, v ktorých sa ich autori priamo uvádzajú, ako aj o tézach, v ktorých sú ich autori nahradení skupinami alebo mediátormi. Dokonca výnimkou nie sú ani výslovne predmetné, tzv. odsubjektivizované tézy. Aj za nimi sa skrývajú záujmy tých, ktorí o tézach diskutujú. Nie náhodou sa sovietski logici už v štyridsiatych rokoch vyjadrovali proti obhajobe tzv. bezsubjektových súdov ako samostatných vzťahových súdov. Problematika formulovania téz však neskrýva v sebe len svoju objektívnu logickú, ale aj svoju subjektívnu psychologickú stránku. Keďže ťažisko metódy presvedčovania nie je v poznaní, ale predovšetkým v ovplyvnení, úlohou psychológie je skúmať, za akých podmienok možno predchádzať konfliktom a sporom, ktoré vyplývajú práve zo subjektívne nevhodne formulovaných téz bez toho, aby sa narušila objektívnosť ich obsahu.

2. FORMULOVANIE ARGUMENTOV

Argument nie je pojem, s ktorým sa operuje iba v presvedčovacom



Obr. 7. *Téza a argument ako súčasti persuáznej informácie*
Dokázaná téza sa môže zmeniť na argument a problematický argument na tézu

procese. Stretávame sa s ním skoro pri každej zložitejšej rozumovej činnosti. Patrí k základným pojmom vedeckého myslenia a je nenahraditeľný aj v ktorejkoľvek oblasti spoločenskej praxe, pretože je jedným z explikačných pojmov determinácie ľudského správania. Argumenty teda predstavujú nesmierne pestrú mozaiku ľudského dokazovania a zdôvodňovania.

Argument sa bežne chápe ako *dôvod*, prečo tvrdíme, že určitá téza je platná, alebo sa chápe ako *dôkaz*, ktorý uvádzame na podopretie platnosti tézy. Toto vymedzenie má však určitý nedostatok, pretože argument, dôvod a dôkaz sa neraz chápu aj ako synonymické pojmy. To znamená, že to isté sa vysvetľuje tým istým. Preto si vymedzenie argumentu vyžaduje pripojenie ďalšieho znaku, a to *pravdivosť*. Zatiaľ čo téza môže a nemusí byť pravdivá, alebo je pravdivá len pre jednu stranu presvedčovacej dyády argument musí byť pravdivý vždy. Podľa N o ž i n a (1980, s. 110) „dôvody (argumenty, dôkazy) — to sú myšlienky alebo poučky, ktorých pravdivosť bola overená".

O pravdivosti tézy sa môže pochybovať, a teda aj diskutovať, no pravdivosť argumentu musí byť bezpodmienečná, aby už nepotrebovala dôkaz. V opačnom prípade by argument stratil svoju funkciu, to znamená, že by nebol dôkazom, ale iba tézou (obr. 7). Ak má byť argument skutočne dôkazom, musí byť pravdivý tak z pozície persuádera, ako aj z pozície recipienta. Aj najobjektívnejší argument sa stáva tézou, ak o ňom recipient pochybuje, a aj najpochybnejší dôkaz môže priviesť recipienta k žiadúcemu presvedčeniu, ak ho pokladá za pravdivý. S podobným javom sa nestretávame v prípade vysvetľovacích argumentov, pretože na základe nesprávnych dôkazov nemožno pochopiť ani jednoduché matematické pravidlo, nie to ešte zložitý princíp alebo zákonitosť. Tým sa zároveň dostávame k prvej výraznej osobitosti uplatňovania argumentov v persuáznom procese.

Podľa spôsobu dokazovania rozlišujeme viaceré typy argumentov. Napríklad pre argumenty, ktoré sa uplatňujú pri obhajovaní alebo zamietaní vedeckých hypotéz, je príznačná *objavná charakteristika*. Pre argumenty, ktorých úlohou je právnicky zdôvodňovať aplikovateľnosť určitých právnych noriem na inkri-

minované správanie, je zasa typická ich *identifikačná charakteristika.* Pre argumenty, ktoré v matematike vymedzujú funkciu nezávislej premennej x, je vlastná ich *numerickо-vzťahová charakteristika.* Pre argumenty, ktoré dokazujú v logike na základe zákonov správneho myslenia pravdivosť, alebo vyvracajú nepravdivosť tézy, je príznačná ich *overovacia charakteristika.** Pre argumenty, ktorými sa v didaktickom procese zasa sprístupňujú poznatky z hľadiska ich pochopenia, je typická ich *vysvetľovacia charakteristika.* V takomto vymedzovaní by sme mohli pokračovať aj ďalej, až by sme sa dostali k argumentom presvedčovania, pre ktoré (pretože presvedčovanie je metóda pôsobenia človeka na človeka) je typická ich *ovplyvňovacia charakteristika,* spočívajúca v získavaní niekoho pre niečo.

Treba povedať, že nie každý argument, aj keby mal akúkoľvek overovaciu platnosť alebo vysvetľovaciu pôsobnosť, sa stáva hneď presvedčivým argumentom. Nemožno totiž stotožňovať pravdivosť dôkazov alebo zdôvodnené vysvetľovanie presvedčovaním. Takéto pokusy zvyčajne redukujú metódu presvedčovania buď na logiku overovania, alebo na metódu vysvetľovania. Ak teda vedec pri testovaní hypotézy, právnik pro analyzovaní inkriminovaného správania, matematik pri overovaní numerického výsledku, logik pri formulovaní výrokotvorných funktorov a učiteľ pri objasňovaní podstaty nejakého princípu povedia „presvedčme sa," pričom argumentujú iba dôkazmi alebo dokladmi príslušnej vednej disciplíny, neznamená to, že ide skutočne o presvedčovací proces. O presvedčovaní, či ho už chápeme jednoducho ako spôsob medziľudského ovplyvňovania alebo ako metódu výchovného pôsobenia, môžeme hovoriť jedine vtedy, keď na platnosť alebo neplatnosť určitej tézy pôsobíme presvedčivými argumentmi.

Čo sú to však *presvedčivé argumenty?* Keďže presvedčovanie sa týka všetkých javov, ktoré vyplývajú z medziľudského ovplyvňovania, nemožno predpokladať existenciu nejakej osobitnej kategórie presvedčivých argumentov. Otázku teda možno spresniť — za akých podmienok sa argumenty menia na presvedčivé? Na túto otázku sa pokúsime odpovedať nielen na základe psychologickej analýzy vecných alebo faktických argumentov, odvodených alebo logických argumentov, citových alebo emocionálnych argumentov, ale aj na základe psychologickej analýzy vzájomného pôsobenia argumentov, t. j. na základe rozborov závislosti jedného argumentu od iných argumentov.

FAKTICKÉ ARGUMENTY

Faktický argument má veľmi široké vymedzenie — môže to byť vec, udalosť, myšlienka, proces či skutok. F i l k o r n (1960, s. 75)" . . . pokladá fakt za odraz javu, za priesečník subjektu a javu, existujúci mimo subjektu". Z toho vyplýva, že *faktický argument je taký dôkaz,*

---

* V modernej logike výrokov sa s argumentmi pracuje ako s výrokotvornými funktormi. Pritom však neplatí názor, že celú logiku možno redukovať iba na logiku overovania.

pre ktorý je príznačná vecnosť, objektívnosť a skutočnosť. V presvedčovacom procese sa faktická argumentácia pokladá za najvýznamnejšiu podporu tézy. Už Aristoteles zdôrazňuje vo svojej Rétorike potrebu „spravodlivo bojovať so zbraňou faktov tak, aby sa stalo zbytočným všetko, čo je mimo oblasti dokazovania".

Faktický argument môže mať rozličnú podobu. Ak je ním prírodný alebo spoločenský jav, je potrebné, aby bol presne opísaný. Nevhodné sú (R y b á r, 1981, s. 118) negatívne definície (blahobyt je nedostatok materiálnej núdze . . .), opisné definície (človek je tvor s hlavou, trupom a končatinami) alebo školské definície (matematika je, keď počítame). Ak je faktický argument vyjadrený v číslach, treba uvádzať nielen relatívne údaje, napr. za 20 rokov sme 20-násobne zvýšili používanie počítačov, ale aj absolútne údaje, t. j. koľko počítačov sme mali pred 20 rokmi a koľko ich máme teraz. Pri presvedčovaní nesmieme zabúdať, že množstvo čísel utlmuje poslucháčov a otupuje ich myslenie i vnímanie. Pripomíname, že čísla (ich neustále opakovanie) odporúčajú lekári ako výborný prostriedok proti nespavosti.

Charakter faktických dôkazov majú aj historické argumenty. Faktickým argumentom sú napr. aj zákony, normy, pravidlá a obyčaje.

Najdôležitejšou podmienkou presvedčovacích argumentov je ich úplnosť. K r e c h a k o l. (1968, s. 123) upozorňujú, že poznanie iba niekoľkých faktov predstavuje doslova nebezpečenstvo a vysvetľujú to na príklade z amerického spoločenského života. Vedieť, že černosi na juhu dosahujú v inteligenčných testoch priemerne nižšie skóre ako belosi, znamená poznať fakt. Nemusíme však poznať niektoré iné podstatné faktory: napr. že černosi na juhu nemajú možnosť vzdelávať sa, zatiaľ čo u belochov je to naopak; černosi nie sú motivovaní podávať v testoch maximálny výkon, no belosi sú motivovaní dobre. Podľa autorov môže nedostatok znalostí o takýchto a podobných faktoch (a veľmi často to aj tak je) vyvolať úplne nesprávnu interpretáciu pôvodného faktu, čím sa takisto podporujú rasové predsudky.

Fakt nie je jednoduchým odrazom objektívnej skutočnosti, čiže jej fotografiou. V opise faktu sa vždy prejavuje aj psychické osobnostné uspôsobenie toho, kto fakt vyjadrí. Podľa F i l k o r n a (1960, s. 80) „sa jav odráža v našom vedomí, teda fakt je výsledok vonkajšej reality spojenej s jej spracovaním týmito postojmi, alebo presnejšie, fakt je odraz, odzrkadlenie reality pomocou postojov. Postoje (buď implicitne, alebo explicitne) danosť a jav aj interpretujú. To znamená, že každý fakt, najmä ak sa má vyjadriť vo forme výpovedí, nadväzuje na pojmovú, teoretickú a terminologickú aparatúru daného obdobia . . ." Toto osobnostné a dobové hľadisko je pri vyhľadávaní a formulovaní faktických argumentov podmienené aj charakteristikou ľudskej činnosti. Viac ako v prírodných vedách sa vyskytuje v spoločenských vedách a viac ako pri ovplyvňovaní metódou vysvetľovania sa prejavuje pri ovplyvňovaní metódou presvedčovania.

Výraznou osobitosťou presvedčovacích argumentov je, že vznikajú na základe osobnostne podmienenej *selektívnosti* (výberovosti) faktov. Človek je spravidla vnímavejší na tie fakty, ktoré zodpovedajú jeho

potrebám, záujmom a podporujú dosahovanie jeho cieľov a ideálov. Zo psychológie je známe, že si zapamätáme skôr tie fakty, ktoré potrebujeme (fenomén výberovej pamäti) a máme tendenciu zabúdať to, čo nám nevyhovuje (techniky represie nepríjemných zážitkov).

Podľa Okuna (1978, s. 68) sa aj také tradičné filozofické otázky, ako charakter vonkajšieho sveta, zákonitosti vývoja ľudskej spoločnosti, podstata a funkcia vedomia atď. vysvetľujú z pozície triednej príslušnosti navzájom protikladne, pretože fakty slúžiace ako argumenty svetonázorovej orientácie príslušníkov jednotlivých tried sa nerovnakým spôsobom vyberajú a chápu. Autor napr. upozorňuje, že aj keď filozofiu Kanta a Hegla využíva ako zdroj koncipovania vlastného svetonázoru tak buržoázia, ako aj robotnícka trieda, predsa sa obidva tábory orientujú na odlišné aspekty tohto učenia, čo vedie zasa k rozdielnym filozofickým interpretáciám sveta. S podobným javom sa však nestretávame vo všetkých oblastiach argumentácie. Napríklad v matematike a prírodných vedách je dôkaz pravdy pre každého, kto ho chápe a akceptuje, ten istý. Neexistuje tu osobná selektívnosť faktov podľa toho, čo komu lepšie zodpovedá, hoci aplikácie môžu byť rozdielne. Z toho vyplýva, že závisí už od povahy samej problematiky, ktorou pôsobíme na človeka, či bude iba predmetom vysvetľovania, alebo aj presvedčovania. Preto používame pri obhajobe rozličných matematických téz alebo téz z oblasti prírodných vied viac argumenty, ktorými niečo objasňujeme, zatiaľ čo pri obhajobe svetonázorových téz používame zasa viac argumenty, ktorými chceme človeka pre niečo získať. Výsledkom ovplyvňovania prvou skupinou argumentov môže byť iba pochopenie, výsledkom ovplyvňovania druhou skupinou argumentov však môže byť presvedčenie.

Ak chceme niekoho ovplyvniť, aby začal na svojom pracovisku uplatňovať progresívnejšiu pracovnú metódu, pričom sa naša argumentácia obmedzuje iba na objasňovanie podstaty a princípov nových pracovných postupov a operácií, pohybujeme sa v oblasti vysvetľovania. Ak však k týmto argumentom pripojíme aj také argumenty, ktoré nadväzujú na osobné potreby, záujmy, prestíž alebo sociálny status pracovníka (napr. progresívny spôsob práce môžu uplatňovať iba schopní pracovníci, jeho akceptovaním si človek utvára nové predpoklady na zvyšovanie kvalifikácie a spoločenský postup, poverenie novou úlohou je otázka dôvery kolektívu, vedenia závodu a pod.), vysvetľovanie sa mení na presvedčovanie.

Subjektívnosť výberovosti argumentov si v presvedčovacom procese nemožno zamieňať s falšovaním údajov v duchu pravidla „účel svätí prostriedky a túžba plodí fakty". Subjektívnosť výberovosti dôkazov neznamená ani zakrývanie a utajovanie faktov. Aj keď sa presvedčovateľ orientuje vždy len na určité fakty, nemá „zatvárať oči" ani pred existenciou protikladných údajov a nemá ich ani skresľovať. Keďže presvedčovanie je dlhodobý proces, nič nemôže tak negatívne vplývať na jeho výsledok ako práve rozličné dezinformácie.

Na rozdiel od bezprostredných faktických argumentov, ktoré pôsobia na recipienta priamo svojou skutkovou podstatou (argumenty na oči — ad oculus), sa v presvedčovacom procese oveľa častejšie uplatňujú argumenty sprostredkované. Podľa toho, čím alebo kým sú sprostredkované, hovoríme o *sprostredkovaných argumentoch predmet-*

ných (napr. dôkazom, že občan N požil včera viac alkoholu, je nález v dýchacej trubičke) a o *sprostredkovaných argumentoch osobných,* čiže svedeckých (napr. ako dôkaz, že občan N požil včera viac alkoholu, nám môže poslúžiť aj výpoveď občana M.). Svedecké argumenty sa však nemusia týkať len činnosti a skutkov ľudí, ale aj ich postojov, názorov a mienok, pretože aj myšlienka je faktom.

Keďže dokazovanie na základe tlmočenia alebo sprostredkovania myšlienok iného človeka (argumentum ad hominem) alebo iných ľudí (argumentum ad populum) je príznačné najmä pre ovplyvňovanie človeka človekom, ujasníme si možnosti a hranice jeho uplatňovania.

CUDZIE SVEDECTVO

Je známe, že sila vysvetľovacích argumentov spočíva v ich pravdivosti. Pravdivosť pritom chápeme ako zhodu myšlienky (obsiahnutej v argumente) s objektívnou skutočnosťou. Toto kritérium pravdivosti vo vysvetľovacom procese stačí, aby jedinec pri dodržaní všetkých ostatných psychologických požiadaviek prístupnosti pochopil to, čo sa objasňuje. Aj presvedčovacie argumenty vychádzajú z tejto gnozeologickej koncepcie pravdivosti. Pretože pri nich nejde len o pochopenie, ale aj o získanie uistenosti recipienta o niečom, sila presvedčovacieho argumentu nevyplýva iba zo zhody myšlienky (obsiahnutej v argumente) s objektívnou skutočnosťou, ale aj zo zhody tejto myšlienky s myslením iného človeka, príp. iných ľudí, ktorých mienku recipient uznáva. Keďže človek nie je iba homo simplex, ale aj homo multiplex (má nielen vedomie „ja", ale aj vedomie „my"), nestačí mu získať presvedčenie len na základe zhody myšlienky (obsiahnutej v argumente) s objektívnou skutočnosťou, ale potrebuje istotu, či aj iní ľudia vidia veci a javy okolo seba tak, ako ich uvádza persuáder.*

Uplatňovanie svedeckých argumentov má takisto svoje obmedzenia. Ide predovšetkým o to, aby sa argumenty ad hominem alebo ad populum správne uvádzali. Na to, aby mohol jednotlivec (alebo skupina ľudí) argumentovať, nestačí, aby sa jeho názory alebo správanie zhodovali s tým, čo sa uvádza v téze. Je dôležité, aby si recipient všetky tieto osoby vážil, príp. ich pokladal za autority. Ani autoritatívnosť však nie je všemocným argumentom. Treba si uvedomiť, že autoritu možno použiť ako argument iba v súvislosti s takou činnosťou, v ktorej sa prejavila ako autorita. Teda

---

* Argumenty ad hominem, ad populum vznikli pôvodne v oblasti súdnych sporov. V tejto oblasti však majú odlišnejšie chápanie a uplatnenie ako v presvedčovacom procese. Napríklad argument ad hominem sa prekladá ako argument pre človeka a jeho úlohou je nedokazovať podstatu nejakého tvrdenia, ale podávať také informácie o inkriminovanom človeku, ktoré nepriamo prospievajú podržaniu alebo vyvráteniu daného tvrdenia. Takisto argument ad populum sa prekladá ako argument pre verejnosť (doslovne pre národ) a jeho úlohou je zapôsobiť v súdnom procese nielen na rozum, ale aj na city ľudí, a tak vzbudiť sympatiu alebo nesympatiu k téze bez toho, aby sa tým dokazovala pravdivosť či nepravdivosť samej tézy.

ak niekto študuje filozofiu a vytýkajú mu neporiadok v izbe, nemal by argumentovať odvolávaním sa na antického filozofa Diogena, že žil v sude. Diogenes môže byť pre neho autoritou iba v antickej filozofii, ale nie v estetike bývania. Podobne ak niekto študuje fyziku a vytýkajú mu nepozornosť, nemal by argumentovať odvolávaním sa na známu Newtonovu roztržitosť. Aj tento učenec môže byť pre neho autoritou iba v oblasti klasickej mechaniky, ale nie v oblasti duševnej životosprávy. Známy je aforizmus: „Nie všetko, čo povedal Pytagoras, bola *Pytagorova veta.*“

Ďalší spôsob nesprávneho používania svedeckých argumentov vyplýva zo zamieňania autority s mocenskými a silovými vlastnosťami niektorých ľudí. Nesmie sa zabúdať, že jednou zo základných kriteriálnych podmienok (princípov) presvedčovania je práve jeho nenásilnosť. O presvedčovaní hovoríme len vtedy, keď sa recipient rozhoduje bez akéhokoľvek priameho nátlaku, donucovania alebo hrozby. V opačnom prípade sú svedecké argumenty ad hominem alebo ad populum vystriedané tzv. mocenskými argumentmi ad baculum (argument palice) a ovplyvňovanie metódou presvedčovania sa mení na ovplyvňovanie metódou donucovania.

So sprostredkujúcou argumentáciou ad populum súvisí aj odvolávanie sa na verejnú mienku. Podľa R y b á r a (1980) ide o určitý druh zovšeobecnenie, pri ktorom sa môžu používať frázy — „ako dnes už každý vie a uznáva“, „v tomto mi poslucháči iste dajú za pravdu“, „v súčasnosti už ľudí netreba osobitne presvedčovať“, „značný súhlas vyvolalo konštatovanie“, „s tým, čo som povedal, teraz už každý súhlasí“, „sú to argumenty, o ktorých už dnes nik nepochybuje“ atď. Sila takéhoto odvolávania sa na svedectvo iných spočíva podľa autora v tom, že ľudia ostávajú neradi v izolácii či menšine alebo dokonca v opozícii proti absolútnej väčšine, ktorá nadobúda svojou pevnosťou a solidárnosťou príťažlivú silu argumentu. Takéto verbálne odvolávanie sa na svedectvo druhých (len na základe fráz) bez konkrétneho definovania skupiny a platnosti jej výpovede, najmä ak je časté a nepodložené, sa však veľmi rýchlo odhalí; persuáder sa začína javiť ako frázista alebo demagóg a celé jeho presvedčovacie úsilie stráca zmysel.

VLASTNÉ SVEDECTVO

Pôvodným zdrojom vlastných svedeckých argumentov je osobnosť toho, kto presvedčuje, teda osobnosť persuádera. V súvislosti s vhodnosťou používania osobných argumentov sa stretávame s protikladnými názormi. Niektorí autori (ktorých je väčšina) sú proti ich uplatňovaniu, iní ich zasa schvaľujú, pričom poukazujú na to, že osobné argumenty sú práve v presvedčovacom procese najdôležitejšie. Odporcovia používania osobných argumentov vychádzajú zo základných hľadísk, ktoré sa uplatňujú už pri formulovaní téz. Keďže medzi tézou a argumentom nie je nepreklenuteľný rozdiel (akceptovaná téza sa stáva argumentom a neuznávaný argument nadobúda charakter tézy), predpokladajú, že tie isté hľadiská, ktoré sa uplatňujú

pri koncipovaní tézy, sa majú uplatňovať aj pri koncipovaní argumentu. Napríklad ak je jednou z prvoradých požiadaviek na formulovanie téz ich dôsledná depersonifikácia, potom by sa mala táto požiadavka celkom logiky uplatňovať aj pri formulovaní argumentov.

Keď podrobíme tieto myšlienky ďalšiemu rozboru, zistíme, že majú svoje oprávnenie. Totiž nejaká myšlienka nadobúda charakter tézy iba preto, lebo existuje recipient, ktorý ju neuznáva. Keby jej pravdivosť uznával, súhlasil by s persuáderom a presvedčovanie by vôbec nebolo potrebné. Ak však recipient pochybuje o pravdivosti nejakej tézy, znamená to, že nedôveruje ani tomu, kto ju formuloval, teda persuáderovi. Neexistuje predsa nedôvera k nejakej myšlienke bez nedôvery k jej autorovi a naopak. Poznatok, že neexistuje nedôvera k myšlienke bez nedôvery k jej autorovi, v presvedčovacom procese znamená asi toľko, že akýkoľvek osobne svedecký argument presvedčovateľa stihne ten istý osud ako tézu. Teda ak chce presvedčovateľ obhájiť svoju tézu, mal by nahradiť osobné svedecké argumenty neosobnými.

Naproti tomu zástancovia osobných argumentov vychádzajú z rozdielov, ktoré existujú medzi metódou vysvetľovania a metódou presvedčovania. Pri odovzdávaní poznatkov môže odosobnenosť vysvetľovateľa prispieť k presnosti a objektívnosti výkladu, no odosobnenosť presvedčovateľa, najmä pri ovplyvňovaní charakterových komponentov recipienta, môže vyznieť cudzo a nepresvedčivo. Keďže presvedčovanie je proces osobného vplyvu, ktorý zasahuje často do najhlbších vnútorných sfér jedinca, nemožno ho uskutočňovať ani bez primeranej intímnej spoluúčasti presvedčovateľa. Práve táto metóda si od neho vyžaduje srdečný citový vzťah, ktorý sa prejavuje osobným zdôverením až vyznaním sa z toho, za čo horlí, alebo čomu „fandí".

Nejednostnosť názorov na uplatňovanie vlastných osobných argumentov je teda podmienená tým, že sa vidia iba niektoré ich kladné alebo záporné stránky, a to zapríčiňuje, že sa buď jednostranne prijímajú, alebo zamietajú.

To, že sú osobné argumenty niekedy málo akceptabilné, je spôsobené tým, že niektorí si zamieňajú pojem vlastné argumenty s pojmom subjektivistické argumenty. O subjektivistických argumentoch je známe, že môžu podnecovať v recipientovi súperivosť. Patria k nim predovšetkým argumenty typu „dokážem vám, že . . .". Šepel (1975, s. 103) konštatuje, že je to tak, ako keby sme povedali „som chytrejší ako vy" alebo „poviem vám niečo a donútim vás zmeniť názor". Ide v podstate o rivalitnú výzvu, ktorá naladí spolubesedníka k rezistencii ešte skôr, ako sa začne presvedčovanie.

K iným subjektivistickým argumentom patrí demonštrovanie osobných mravných kvalít, t. j. odvolávanie sa na osobnú česť, statočnosť, zodpovednosť, úprimnosť, objektívnosť, nezaujatosť a pod. Ani učiteľ nedosiahne pri vysvetľovaní matematického pravidla jeho pochopenie tým, že sa odvoláva na svoju múdrosť alebo inteligenciu, a takisto ani presvedčovateľ nemôže presvedčiť tým, že sa odvoláva na svoju prav-

divosť. Niekedy vzniká bludný kruh, pretože persuáder sa odvoláva práve na to, o čom môže recipient pochybovať.

Od subjektivistických argumentov treba odlišovať vysvetľujúce postoje. Najčastejšie ide o rozličné objasnenia, ktorými presvedčovateľ vyjadruje svoje stanovisko k téze, napr. „myslím to vážne“, „nežartujem“ a pod. Pozitívne sa hodnotia aj také osobné argumenty, z ktorých vyplýva skúsenosť a kompetentnosť presvedčovateľa. Napríklad O s t e m e i e r (1967) pripravil 6 foriem presvedčovacích správ. V troch z nich sa referenti pri argumentovaní odovolávali na seba, t. j. na dôkaz osobnej kompetencie, napr. „podľa mojej skúsenosti . . .“. Tri sa zasa odvolávali na prestíž, napr. „môj priateľ mi povedal, že na základe jeho skúseností . . .“. Zistilo sa, že vzrast postojových zmien bol porcionálne väčší u tých, ktorí argumentovali osobnou kompetenciou.

Veľmi kladne sa prijímajú aj argumenty, ktoré poukazujú na etickú zainteresovanosť presvedčovateľa, napr. to, že presvedčuje nie kvôli sebe, ale v záujme recipienta, nie v mene osobných, ale vyšších cieľov, nie z hľadiska skupinových, ale celospoločenských noriem a ideálov. Ak ide o similaritu alebo priaznivý spoločenský status zúčastnených osôb, veľmi príťažlivo pôsobia aj argumenty vyplývajúce z osobného príkladu, napr. „ja by som to na vašom mieste urobil tak a tak . . .“.

Inú skupinu osobných stanovísk tvoria rozličné ubezpečenia, záruky, garancie, ale aj prísaha ako určitá forma osobného vyznania. Je to preto, že vo vedomí ľudí stále trvá pôvodný význam prísahy (či už náboženskej, alebo vojenskej) ako zdôraznenie pravdivosti určitého výroku a vzbudenie dojmu, že to, čo sa hovorí, sa myslí „smrteľne“ vážne (K ř i v o h l a v ý, 1973. s. 245).

ODVODENÉ ARGUMENTY

Na rozdiel od faktických argumentov, ktoré označujeme ako priame, sa odvodené argumenty označujú ako nepriame. Vznikajú na základe samostatného uvažovania a premýšľania, a to buď deduktívneho (zo všeobecne platných tvrdení sa vyvodzujú špecifické dôkazy), alebo induktívneho (z jednotlivých čiastkových tvrdení sa odvodzuje nejaký všeobecný argument podporujúci platnosť tézy). Argumentom môže byť aj myšlienka* odvodená z inej myšlienky, a to naznačuje, že tu máme do činenia s dôkazmi, ktoré sa tvoria na základe pravidiel logiky.

Skutočnosť, že odvodené argumenty sa už svojou povahou zaraďujú do logiky (ktorá učí správne a exaktne zovšeobecňovať, porovnávať, rozlišovať, abstrahovať, a teda aj zdôvodňovať, dokazovať a vyvodzovať), ešte neznamená, že tento typ argumentov stojí mimo akýchkoľvek psychologických analýz. Keďže odvodzovanie argumentov prebieha nielen na základe zákonov správneho myslenia, ale aj na zá-

---

* Podľa B r e m b e c k a a H o w e l l a (1976, s. 178) je dôkaz akýkoľvek myšlienkový element komunikácie, ktorý je vnímaný individuálnym príjemcom ako rozumná podpora pre to, čo je predmetom presvedčovania.

klade zákonov psychického života človeka, potom to, čo sa dlho skúmalo iba ako logický problém, je zároveň aj problémom psychologickým.

DEDUKTÍVNE ARGUMENTY

Odvodené argumenty vznikajú najčastejšie na základe *sylogizmu,* t. j. na základe sprostredkovaného deduktívneho úsudku, v ktorom sa z dvoch premís vyvodzuje záver (konklúzia). Napríklad z dvoch viet (premís) — „všetci ľudia sú smrteľní" a „Sokrates je človek" — je odvodeným argumentom záverečná veta „Sokrates je smrteľný". Sylogizmy majú rozličnú podobu (hypotetickú, rozlučovaciu, dilému, entymému, epicheirému atď.), a tak aj odvodené argumenty vznikajú na základe rozličných deduktívnych úsudkov.

Logická správnosť odvodeného argumentu nezávisí len od formálne správneho spôsobu kombinácie myšlienok, ale aj od vecnej správnosti (či sa to, čo sa tvrdí v premisách, zhoduje s objektívnou skutočnosťou). Tak sa stáva, že odvodený argument môže byť: 1. aj vecne aj formálne správny; 2. aj vecne aj formálne nesprávny; 3. formálne nesprávny, ale vecne správny; 4. formálne správny, ale vecne nesprávny. Na základe toho možno predpokladať, že medzi ľuďmi sú takí, ktorí reagujú na odvodené argumenty prevažne iba niektorou klasifikačnou podobou. Z psychologického hľadiska by bolo možné príslušníkov takéhoto jednostranného reagovania hypoteticky charakterizovať takto:

— Prvú skupinu tvoria tí, ktorí majú mimoriadne vyvinutú schopnosť pre myšlienkové dôkazy typu vyvodzujúcich argumentov. Ako persuáderi používajú najčastejšie argumenty tohto typu a ako recipienti sa nimi nechávajú najskôr ovplyvniť. Sama kombinácia myšlienok však pre nich nie je jediným kritériom pravdivosti argumentu, a preto správnosť všetkých svojich myšlienok, ktorými operujú v úsudkoch, či už ide o premisu, alebo konklúziu, podrobujú starostlivému overovaniu. V tomto prípade hovoríme o *racionálno-kritických jedincoch,* ktorý sú v presvedčovacom procese najvnímavejší na tie argumenty, ktoré vznikajú na základe myslenia, uvažovania a vyvodzovania.

— Druhú skupinu tvoria tí, ktorí nevedia tvoriť odvodené argumenty, a preto ani odvodené myšlienky, logicky správne a pádne, nemajú pre nich spravidla hodnotu argumentu. Pravdivosť vyvodených myšlienkových dôkazov sa neusilujú konfrontovať s objektívnou skutočnosťou, to znamená, že odvodené argumenty neposudzujú ani z hľadiska logickej, ani z hľadiska vecnej správnosti. Na to, či príslušníci tohto prevažne *iracionálneho zamerania* prijmú alebo neprijmú daný argument, vplývajú predovšetkým „mimorozumové" faktory (sugescia, emócia, sympatia, predsudok, potreba atď.).

— Tretiu skupinu tvoria jedinci, ktorí neuprednostňujú odvodené argumenty, ale iba argumenty faktografické. O pravdivosti určitého výroku sa nepresvedčujú ani tak na základe rozboru správnosti kombinácie myšlienok, z ktorých sa odvo-

dený argument utvoril, ako skôr na základe jeho zhody so skutočnosťou. Keďže však nemožno každý fakt v toku informácií presvedčovacieho procesu konfrontovať so skutočnosťou, nie sú vždy schopní rozlíšiť, kedy ide o správny a kedy o nesprávny spôsob vyvodenia argumentu.*

— Štvrtú skupinu tvoria tí, ktorí dávajú prednosť logickému spôsobu myslenia pred konfrontáciou myšlienok so skutočnosťou. Vo svojich úsudkoch uplatňujú správne logické tvary sylogizmov. Veria formulám sylogizmu a ťažko pripúšťajú, že logicky správne vyvodená záverečná premisa sylogizmu by mohla byť nepravdivá. Preto sú schopní donekonečna uvažovať o pravdivosti, či nepravdivosti takých klasických typov antinómií, ako „Kréťan povedal, že všetci Kréťania sú luhári" bez toho, aby konfrontovali výrok vyjadrený týmto tvrdením so skutočnosťou. Keďže sa správnosť myslenia v zmysle správneho kombinovania myšlienok nemôže jednoducho stotožniť s vecnou správnosťou jednotlivých myšlienok (pretože myslenie môže byť formálne správne, aj keď nie sú všetky myšlienky, z ktorých sa skladá, vecne správne), stáva sa, že niektoré odvodené argumenty, vyslovené príslušníkmi tohto *formálneho zamerania*, môžu byť aj nepravdivé.**

V presvedčovacej praxi sa stretávame s rozličnými chybami, takže aj logicky správne odvodený argument sa môže stať nepravdivým. Napríklad keď nemá presvedčovateľ dostatok argumentov, ktorými by zdôvodnil pravdivosť svojej tézy, uplatňuje nepriame dokazovanie, teda pravdivosť tézy zdôvodňuje prostredníctvom dokazovania nepravdivosti antitézy. Dokazovanie prebieha tak, že z antitézy sa postupne vyvodzujú dôsledky, ktoré nemožno pre ich nepravdivosť akceptovať, a teda nemožno akceptovať ani antitézu (reductio ad absurdum). Aj keď je takéto nepriame dokazovanie možné (v matematike sú napr. známe dôkazy z protikladu), predsa sú v presvedčovacích polemikách závery o nemožnosti opaku (argumentum ad contrario) — i keď sú formálne logicky správne — často nepravdivé. Príčinou je skutočnosť, že nie každá antitéza je protikladom tézy; môže byť len jednou z jej protikladných alternatív. Teda z neplatnosti takejto alternatívnej antitézy ešte vôbec nevyplýva platnosť tézy. Žiaľ, vyvodzovanie nepravdivých dôkazov v rámci tzv. argumentum ad contrario nie je zapríčinené iba neznalosťou presvedčovateľa, ale často aj zámerne uplatňovaným podvodom.

---

* Pre takýchto *empiricky zameraných* jedincov bude kombinácia myšlienok napr. v sylogizme „všetky vtáky znášajú vajcia; živočích X je vták; teda živočích X znáša vajcia" rovnako správna ako kombinácia v sylogizme „všetky vtáky znášajú vajcia; živočích X nie je vták; teda živočích X neznáša vajcia", pretože premisy obidvoch sylogizmov sú pravdivé. V skutočnosti je logicky a empiricky pravdivý len prvý sylogizmus. Druhý sylogizmus je logicky nesprávny, a preto môže byť nesprávny aj empiricky, ak si spomenieme napr. na plazy alebo vtákopyska, ktorí nie sú vtákmi a znášajú vajcia.

** Na skutočnosť, že záverečné myšlienky sylogizmov môžu byť nepravdivé, najmä ak ide o zložité a reťazovité vyvodzovanie, upozornil už v antike humorným spôsobom aténsky politik Perikles, keď zo zdanlivo pravdivých premís vyvodil toto tvrdenie: „Môj dvojročný syn je už vládcom sveta. A to vraj preto, že celkom ovládol svoju matku, jeho matka ovládala Perikla, Perikles vládol v Grécku a Grécko bolo vtedy pánom sveta".

INDUKTÍVNE ARGUMENTY

V presvedčovacom procese sa vyvodzujú argumenty aj na základe induktívnych úsudkov. Podstatou induktívneho odvodzovania úsudku je vyvodzovanie nového zovšeobecňujúceho poznatku na základe jednotlivých (čiastkových špeciálnych) poznatkov.

Osobitosť induktívneho vyvodzovania argumentov vyplýva z niekoľkých skutočností: 1. pri deduktívnom vyvodzovaní postupujeme od všeobecného k zvláštnemu, pri induktívnom úsudku postupujeme naopak, teda od zvláštneho k všeobecnému; 2. pri deduktívnom úsudku môžu byť vyvodené iba tie pojmy, o ktorých sa hovorilo v premisách, v závere induktívneho úsudku sa však môže vyvodiť aj celkom nový pojem, o ktorom sa doteraz v premisách nehovorilo; 3. pri deduktívnych úsudkoch, ak sú premisy vecne správne a aj sám úsudok je logicky právny, musí byť záver nevyhnutne pravdivý, v induktívnych úsudkoch, aj keď sú premisy vecne správne a logická stavba úsudku je formálne správna, môže byť odvodený záver iba pravdepodobný.

V podstate rozlišujeme *úplnú* a *neúplnú* indukciu. Pri úplnej indukcii sa argumenty vyvodzujú na základe poznania všetkých predmetov a javov danej triedy. V praxi sa však induktívny záver o triede predmetov nerobí na základe znalostí všetkých predmetov danej triedy, ale do úvahy prichádzajú len niektoré. Podľa N o ž i n a (1980) sa v praxi uplatňuje zvyčajne neúplná metóda, pretože, ako zdôrazňoval V. I. L e n i n (1960, s. 181), „najjednoduchšia pravda získaná najjednoduchšou induktívnou cestou je vždy neúplná, keďže ani skúsenosť nie je vždy úplná".

Vyvodzovanie presvedčovacích argumentov pomocou induktívnych úsudkov sa uskutočňuje zvyčajne na základe výpočtu javov kauzálnej súvislosti a analógie javov. Keďže sú závery induktívneho úsudku vždy iba pravdepodobné, induktívne vyvodené argumenty presvedčovacieho procesu sú (ako uvidíme z ďalšieho) takisto často nepresné, neadekvátne a teda aj nepravdivé.

Napríklad pri vyvodzovaní argumentov na základe *jednoduchého výpočtu* sa zo znakov jednotlivých predmetov rovnakého druhu môže vyvodiť záver o všetkých predmetoch daného druhu iba za predpokladu, že sa pri výpočte týchto predmetov nevyskytnú protirečivé fakty. Nejde tu však len o problém protirečivosti, ale aj o to, či je výpočet predmetov určitého druhu úplný, príp. dostatočne reprezentatívny. Napríklad poznatok, že „všetky labute sú biele", bol vyvodený na základe jednoduchého výpočtu. Bol však nesprávny, pretože platil iba dovtedy, kým sa nepodarilo objaviť aj labute čierne.

Ak sú poznatky získané jednoduchým výpočtom problematické v oblasti vedeckého myslenia, potom sú argumenty získané takýmto spôsobom v praktickom každodennom živote človeka skoro vždy logicky nesprávne, a teda aj nepravdivé. Veď málokto má možnosť odvodiť svoj argument na základe úplného alebo aspoň reprezentatívneho výpočtu javov. Práve preto sa môžeme v presvedčovacom procese stretávať s rozličnými polopravdami a nepravdami (napr. tá alebo oná choroba je dedičná, lebo v tej a onej rodine na ňu zomreli; alkohol vôbec neškodí, pretože zná-

my Paľo N. a Jozef M., ba dokonca aj Štefan K. boli známi pijani a dožili sa vysokého veku). Aj tie najnezmyselnejšie argumenty odvodené na základe jednoduchého výpočtu pokladajú ich autori za nemenné pravdy a ťažko sa ich zriekajú. Je to preto, že bezprostredná každodenná prax a skúsenosť, i keď sú akokoľvek obmedzené, pôsobia vari najsilnejšie na myslenie človeka.

Induktívne vyvodzovanie argumentov sa uskutočňuje aj na základe *kauzálnych súvislostí* javov objektívneho sveta. Ak pre kauzálnu súvislosť javov platí, že niet účinku bez príčiny (ale ani príčiny bez účinku), z rozličných znakov príčiny môžeme usudzovať na dôsledok (alebo z rozličných znakov dôsledku môžeme usudzovať na príčinu).

Kauzálna súvislosť javov sa realizuje v čase — teda ak B je účinok príčiny A, tak B je neskôr ako A. Okrem príčinnej následnosti, ktorá v sebe implikuje časovú následnosť, môže existovať aj časová následnosť bez príčinnej následnosti. Podľa toho rozlišujeme časovú následnosť bez kauzálneho vzťahu (dva javy po sebe jednoducho nasledujú) a časovú následnosť s kauzálnym vzťahom (medzi dvoma javmi nasledujúcimi za sebou je príčinný vzťah), napr. noc nasleduje po dni alebo deň po noci, ale ani deň nie je príčinou noci, ani noc príčinou dňa. Na druhej strane sa však určitý pohyb našej planéty a noc alebo určitý pohyb našej planéty a deň vyznačujú nielen časovou, ale aj kauzálnou následnosťou.

Keďže každá kauzálna následnosť je súčasne aj časovou následnosťou, stretávame sa so zložitými a súčasne pôsobiacimi biologickými, ale najmä psychickými javmi, ktoré nás mýlia. Niekedy to, čo bezprostredne predbiehalo účinku, nazveme príčinou, napr. ak sa pri zdĺhavej chorobe aplikovali po sebe rozličné lieky alebo procedúry a zdravotný stav sa náhle zlepší, pacient to pripisuje tomu lieku alebo procedúre, ktorých aplikácia časove predchádzala uzdraveniu. Takto získaný poznatok sa stáva potom mocným argumentom aj v presvedčovacích rozhovoroch. Skutočným príčinným faktorom uzdravenia však mohli byť liečebné opatrenia, ktoré sa začali aplikovať oveľa dávnejšie, no ich pozitívna pôsobnosť sa subjektívne prejavila až neskôr.

Napríklad na určité problémové správanie svojho dieťaťa pôsobí rodič rozličnými výchovnými opatreniami a postupmi a „naraz“ konštatuje, že v jeho správaní nastalo zlepšenie. Predpokladá, že sa to stalo následkom toho výchovného pôsobenia, ktoré bezprostredne predchádzali zlepšeniu správania. Zlepšené správanie však môže byť rezultátom už dávnejšie aplikovaných opatrení, ktorých interiorizácia v osobnosti dieťaťa prebiehala dlhší čas. Vo výchovnej praxi sa teda často pokladajú za účinné aj rozličné nevhodné spôsoby výchovného pôsobenia len preto, lebo hneď po ich použití nasledovala zmena správania.

V presvedčovacom procese sa vari najčastejšie vyvodzujú argumenty na základe *analógie*, ktorá je jednou z foriem induktívnych úsudkov. Argumenty sa v tomto prípade vyvodzujú na základe formuly: ak sa zhodujú dva javy v jednom alebo

vo viacerých znakoch, zhodujú sa aj v iných znakoch.

Argumenty vyvodené na základe analógie sú však veľmi „zraniteľné“. Zhoda predmetov v jedných znakoch slúži iba ako základ dohadu, že zhodnými môžu byť aj iné znaky. Sama analógia však kritérium na potvrdenie tejto zhody neposkytuje. Keďže záver získaný na základe analógie je iba pravdepodobný, ani argumenty takto získané nemožno pokladať za dôkazy v pravom zmysle slova.

Analogické argumenty majú rozličnú podobu i delenie. Napríklad R y b á r (1980, s. 124) konštatuje, že bežným spôsobom rečníckeho argumentovania je analógia a precedens. Zatiaľ čo analógia je zväčša poukazovaním na synchrónne javy a udalosti s argumentovanými javmi a udalosťami, precedens je „asynchrónna analógia“. Napríklad ak má zamestnanec X nárok na zvýšenie platu na istom pracovisku, za istých podmienok a predpokladov, mal by mať nárok na zvýšenie platu za tých istých podmienok a predpokladov aj zamestnanec Y (analógia). Napr. ak pracovník A dostal za istú prácu odmenu tento mesiac, mal by za tú istú prácu dostať odmenu aj o rok (precedens).

Iným druhom je tzv. argumentum ad fortiori, čiže dôkaz analógie tvrdenia, ktoré platí v porovnaní s iným tvrdením tým skôr (napr. každý sa môže mýliť, tým skôr človek neskúsený).

Osobitným druhom argumentu odvodeného na základe analógie je *príklad*. Pre svoju voľnosť, jedinečnosť a náhodnosť má však najslabšiu argumentačnú hodnotu a slúži skôr na ilustráciu, teda na názorné dokumentovanie toho, o čom sa hovorí. Zatiaľ čo pravidlo je na to, aby sme sa vedeli orientovať v zmenených situáciách, úlohou príkladu je pomáhať pochopiť to, o čom uvažujeme. Príklad patrí teda skôr k metóde vysvetľovania ako k metóde presvedčovania. Podľa N o ž i n a (1980, s. 91) má príklad založený na metóde analógie oveľa psychologickejší charakter ako ostatné metódy rečníctva, pretože aktivizuje rozum i cit.*

Z toho, čo sme povedali, vyplýva, že presvedčovacia sila argumentov nie je vždy (ako by sa predpokladalo) iba v ich dôslednej logickosti. Niektoré psychologické faktory spôsobujú, že za logický sa pokladá aj dôkaz, ktorý má nesprávny alebo

---

* Klasický príbeh presvedčovania na základe príkladu je známy z čias vzbury plebejcov v Ríme. Senátor Menius Agripa presvedčoval vzbúrencov takto: „Každý z vás vie, že ľudský organizmus sa skladá z rozličných častí, pričom každá z týchto častí plní určitú úlohu: nohy prenášajú človeka z jedného miesta na druhé, hlava myslí, ruky pracujú. Aj štát je organizmus, v ktorom musí každá časť plniť určitú úlohu: patrícijovia sú mozgom štátu, plebejci sú nohami. Čo by sa stalo s organizmom, keby sa jeho jednotlivé časti vzbúrili a odmietli by plniť im určenú úlohu? Keby ľudské ruky odmietli pracovať a hlava myslieť, človek by bol odsúdený na zánik. To isté sa stane so štátom, ak jeho občania budú odmietať plniť to, čo je ich prirodzenou povinnosťou.“

Agripovi sa vraj podarilo plebejcov presvedčiť a vzbura bola potlačená. Aj tu však pôsobili viac emocionálne a sugestívne faktory ako argumentačná hodnota samého príkladu, pretože, aj keď hlava nemôže existovať bez tela, plebejci by mohli existovať bez patrícijov.

nedostatočný racionálny základ. Tak vzniká nebezpečenstvo nežiadúceho ovplyvňovania, aj keď treba povedať, že toto nebezpečenstvo má svoje limity. Veď logika persuádera je vždy pod kontrolou logiky recipienta.

EMOCIONÁLNE ARGUMENTY

Pri emocionálnom argumentovaní pôsobíme na recipienta tým, že u neho vyvolávame rozličné zážitky príjemnosti, nepríjemnosti, ľúbivosti či neľúbivosti. Neexistujú čisto rozumové a čisto citové argumenty. V každom rozumovom argumente je však vždy aj určitý citový náboj a za každým citovým argumentom sa zasa skrýva nejaká myšlienka. Neplatí teda celkom aforizmus, že „kto už nemá argumenty, môže ešte nadávať". U normálneho človeka má aj nádavka vždy nejaké rozumové zdôvodnenie. Pretože každý dôvod zahrnuje tak rozumovú, ako aj citovú zložku, môžeme (podľa ich proporcionálneho zastúpenia) hovoriť raz o rozumových (faktických alebo odvodených) a inokedy zas o citových argumentoch. Ak vychádzame z charakteristiky informácie, ktorú argumenty obsahujú, môžeme ich deliť na *základné* — s prevahou racionálneho náboja a *doplňujúce* — s prevahou emocionálneho náboja.*

* Podľa Šerkovina (1980, s. 183) „môžu byť v odovzdávaných správach prítomné dva druhy informácií: základná, obsahujúca hodnotové významy, a doplňujúca . . ., nabádajúca psychiku recipientov k zodpovednému emočnému pozitívnemu alebo negatívnemu prežívaniu týchto hodnôt, čím sa v značnej miere predurčuje psychické prepracovanie základnej informácie".

Emocionálne doplňujúce argumenty majú rozličnú podobu, a to podľa toho, akými modalitami afektov (radosť, smútok, strach, zlosť, bolesť, rozkoš) sú určené. Bremmbeck (1976, s. 119) analyzoval empirické výskumy týkajúce sa emocionálnych argumentov a zistil, že takýchto výskumov je relatívne málo. Zároveň konštatoval, že medzi existujúcimi štúdiami je veľa takých, ktoré sa zameriavajú skôr na analýzu „našich nepríjemných ako príjemných citov". Príčinu tohto stavu vidí v ťažkostiach zachytiť v persuáznej situácii niektorú modalitu citu ako merateľnú premennú. Napríklad ak sa nejaká motivovaná sekvencia správania prekazí, zjavuje sa frustrácia. Frustrovaný jedinec reaguje najčastejšie hnevom a zlosťou, teda agresívnym správaním. Agresívne prejavy hnevu a zlosti však narážajú na spoločenské zábrany — v mnohých kultúrach sú tabu a dokonca niekde sa trestajú. Preto človek nevyjadruje hnev vždy pozorovateľnými prejavmi. Ešte zložitejšia situácia vzniká pri uplatňovaní argumentov s príjemným citovým nábojom, pretože vzbudenie radosti alebo rozkoše je podmienené sociálnym schválením alebo láskou, teda dosiahnutím príslušného cieľa. Takýto relevantný cieľ sa však nedá v experimentálnych podmienkach navodiť bez problémov.

Azda najviac sa skúmal účinok emocionálne doplňujúcich argumentov v podobe strachu a úzkosti. Výsledky však nie sú celkom jednoznačné. Všeobecne sa predpokladá, že čím väčší strach vyvoláme u recipienta, tým skôr u neho môžeme dosiahnuť zmenu pôvodného postoja.

To potvrdzuje napr. aj experiment Powella (1965, s. 102—106), ktorý skúmal účinok anxiety vyvolanej strachovým apelom v správe komunikátora. Zistil, že správa so silným strachovým apelom, v ktorej sa hovorí napr. o ohrození rodiny, produkuje väčšie postojové zmeny ako správa s priemerným strachovým apelom.

Hypotéza o maximálnej účinnosti silného strachového apelu sa však postupne ukázala neudržateľnou. Napríklad autori Kraus El-Assal a De Fleur uviedli výskumnú štúdiu (Thompson, 1975), v ktorej posudzovali účinok apelu hrozby vyvolaný masmédiami. Týkal sa potenciálneho poškodenia zraku pri pozorovaní zatmenia slnka nevhodnými prostriedkami. Autori dospeli k záveru, že len v niektorých prípadoch bol silný strachový apel. úspešný. Neskôr sa zistilo, že nejednoznačnosť experimentálnych výsledkov zapríčiňuje skutočnosť, že pri navodení strachového apelu sa nerozlišuje medzi zmenou postoja a zmenou konania. Napríklad Leventhal, Singer a Jones (1965) referovali o výskume, v ktorom skúmané osoby čítali článok o protitetanovom očkovaní. Skúmaní zároveň vyplňovali dotazník, v ktorom mali vyjadriť postoj k ďalším druhom očkovania. Súčasne sa mali vyjadriť o svojich emocionálnych zážitkoch, ktoré v nich vyvolal článok. Časť skúmaných osôb čítala článok s vysokým a časť skúmaných osôb čítala článok s nízkym strachovým apelom. Obidva typy obsahovali identické paragrafy na kontrolu tetanu a informovali čitateľov, že tamojšia zdravotná služba je ochotná všetkých záujemcov očkovať. Ukázalo sa, že protitetanové očkovanie pokladali za dôležitejšie tí, ktorí si prečítali „vysokostrachové“ apely. Zároveň sa zistilo, že iba 8 probantov sa dalo očkovať, z nich 4 boli tí, ktorí čítali „vysokostrachový“ apel a 4 „nízkostrachový“ apel. To zasa naznačuje, že vysokostrachové apely vplývajú skôr na prežívanie človeka ako na jeho konanie, ktoré možno ovplyvňovať nielen silnými, ale aj miernymi strachovými podnetmi.

Okrem toho sa ukázalo, že účinnosť emocionálnych argumentov závisí aj od ďalších premenných. Do popredia vystupuje predovšetkým trvanie apelu a typ osobnosti. De Wolfe a Governale (1964, s. 119—123) zistili, že apel vyvolávajúci strach je účinnejší, ak pôsobí dlhší čas. Potvrdil to experiment, v ktorom sa u žiačok ošetrovateľskej školy v priebehu šesťtýždňového cyklu prednášok o tuberkulóze vyvolával vysoký stupeň strachu pred touto chorobou. U poslucháčok sa zistili väčšie postojové zmeny pri hodnotení závažnosti tejto choroby (aj pri osvojení účinných metód boja s touto chorobou) ako u tých, na ktoré pôsobili emocionálne apely kratšie.

V tejto súvislosti Janis a Feshbach (1953, s. 88) použili metódu „inventára symptómov anxiety“ na rozdelenie poslucháčov do vysoko a nízko anxióznej skupiny. Autori zistili, že členovia vysoko anxiózneho auditória boli ovplyvnení viac silnou strachovou správou ako členovia nízko anxiózneho poslucháčstva. Takto dospeli k zá-

Tab. 6. *Prehľad výsledkov pokusu Janisa a Feshbacha*

Emocionálne argumenty	Zmeny	
	emocionálne	behaviorálne
Silné	74 %	8 %
Stredné	60 %	22 %
Slabé	48 %	36 %

veru, že aj stredný strachový apel môže byť špeciálne afektívny, ak sú jeho recipienti vysoko anxiózni.

Janis a Feshbach zároveň potvrdili, že ani silný strachový apel sa nemusí vždy jednoznačne presadzovať. Ich psychologický experiment s propagáciou hygieny ústnej dutiny ukázal iné výsledky súvisiace s intenzitou strachového apelu, keď sa merala zážitková oblasť skúmaných osôb, a úplne iné výsledky, keď sa sledovalo správanie týchto osôb. Výsledky tohto pokusu upozorňujú (tab. 6), že čím silnejšie sú emocionálne argumenty, tým väčší strach vyvolávajú, hoci zmeny v správaní nie sú také výrazné. Vysvetľuje sa to psychickým mechanizmom sebaobrany („mne toto nebezpečenstvo nehrozí"), ktorý začína pôsobiť u ľudí najmä v situáciách nadhraničného strachu.

Psychický mechanizmus sebaobrany a úteku, ktorý sa prejavuje u skúmaných osôb v súvislosti s vyvolaním silného strachu, potvrdil aj experiment Leventhala a Nilesa (1964). Autori premietali 8 skupinám návštevníkov, ktorí prišli na výstavu, filmy o pľúcnej rakovine. Filmy boli vybrané tak, aby vyvolali v každej skupine inú úroveň strachu, t. j. nízku, strednú a vysokú. Nijaký z filmov nevidela kontrolná skupina. Po prehliadke zdravotníckej expozície sa návštevníkom odporúčala röntgenologická kontrola pľúc. Hostia boli informovaní, že röntgenologické zariadenia sú umiestené v hale a že sú pripravené k okamžitej prevádzke. Všetky skúmané osoby zároveň dostali knižočku „Fajčiť alebo nefajčiť" a boli požiadané, aby po jej prečítaní vyplnili dotazník. Dotazník obsahoval také položky ako stupeň vyvolaného strachu, vzťah fajčenia k pľúcnej rakovine, želanie dať sa zröntgenovať, zámer prestať fajčiť, počet vyfajčených cigariet denne, termín posledného röntgenovania a pod. Autori zistili, že röntgenovať sa dali tí, ktorí prežívali väčší strach, ako aj tí, ktorí videli film (bez ohľadu na úroveň aplikovaného strachu). Je zaujímavé, že fajčiari sa dávali röntgenovať skôr ako nefajčiari. Aj keď fajčiari, ktorí videli „vysokostrachový" film, prejavili väčší strach i obavu, že fajčenie vyvoláva rakovinu, predsa neprejavili až také odhodlanie skončiť s fajčením ako tí, ktorí film nevideli alebo videli len „nízkostrachový" film. Experimentátori takéto nelogické správanie vysvetľujú psychickým mechanizmom úniku. Totiž röntgenovanie

znamenalo pre skúmané osoby únik zo strachu a práve tento únik zo strachu im zároveň umožňoval ďalšie pokračovanie vo fajčení.

Brembeck a Howell (1976, s. 121—122) na základe analýzy výsledkov viacerých experimentov konštatujú, že aj keď nie sú výskumy v tejto oblasti ešte celkom uzavreté, všetko nasvedčuje, že človek odporuje skôr tým emocionálnym argumentom, ktoré vzbudzujú veľmi silnú úzkosť alebo strach, ako tým argumentom, ktoré vyvolávajú iba miernejší strach. Veľmi intenzívny apel na strach sa vníma skôr ako záležitosť, „ktorá sa nemôže stať práve mne“ alebo ako rétorický exces presvedčovateľa nemajúci reálny základ.

Nie náhodou sa v súčasnej persuáznej teórii záporne hodnotí nielen vzbudzovanie intenzívnych strachov a úzkostí, ale aj každé neprimerané emocionálne pôsobenie. Súčasné poznatky možno vyjadriť takto:

1. Aj sebaintenzívnejšie emocionálne podnecovanie recipienta je slabou náhradou za fakty. „Pri citovom vírení rečníka majú poslucháči trápne pocity“ (Popov, 1975, s. 129), a preto je neprimerané emocionálne podnecovanie na úkor reálnej podstaty správy jedným z hlavných znakov nesprávnej rétoriky. Extrémne emocionálne apely sú príznačné pre demagógov.

2. „Ľudia nemajú radi, keď sa niekto usiluje dotknúť ich skrytých citov“ (Popov, 1975). Presvedčovateľ, ktorý intenzívne vyvoláva nepríjemné emócie a spôsobuje recipientovi veľkú psychickú bolesť a vytvára veľké psychické napätie, dostava hazarduje v oblasti medziosobného ovplyvňovania, pretože recipient obviňuje za emočnú frustráciu zvyčajne toho, kto u neho tento nepríjemný stav vyvolal.

3. Osobitosťou neprimeraných emocionálnych podnetov je, že ľudia na ne neprimerane odpovedajú. Emócia má tendenciu narastať, pretože sa často prejavuje v zmysle špirálovitého efektu. Na druhej strane transferovosť emócií spôsobuje, že všetky osoby a objekty v okolí emocionálne podnieteného indivídua môžu vystupovať ako príčiny emócií (hnevu, radosti, ale aj strachu). Z týchto dôvodov sa substitúcia neprimeraných emocionálnych argumentov za argumenty faktické alebo odvodené kritizuje aj z etického hľadiska.

4. Ak je úlohou persuádera podnietiť recipienta, aby splnil nejakú náročnú úlohu, nadbytočné vzbudenie emócií bude mať za následok dezorganizáciu správania recipienta, čo mu sťaží adaptáciu na úlohu. Je to preto, že extrémne emócie pôsobia vždy na celkovú percepciu človeka, a teda rozličné osobné implikácie obsahu úlohy sa budú uskutočňovať na úkor šírky, koncentrácie alebo stálosti pozornosti.

5. Ak si presvedčovateľ želá zainteresovať recipienta do plnenia úlohy, ktorú charakterizuje intelektuálny obsah, mal by vychádzať z poznatku, že myšlienkové procesy prebiehajú optimálnejšie v pokojných a „nerozvášnených“ podmienkach. Naproti tomu silný emocionálny apel (najmä strachový) môže vyvolať u recipienta šok. Šok sa však spája so stratou jasnosti myslenia, pretože u emocionálne podnietenej

osoby poklesáva úroveň usudzovania i prediktability. Pre emociálne vzrušené osoby je však príznačné, že aj keď majú v danom stave menšiu schopnosť rozvážne uvažovať, práve vtedy robia závažné rozhodnutia.

6. Silné emocionálne zanietenie v oblasti sociálnych vzťahov vyvoláva rozumovo nevysvetliteľné obraty v úsudkoch a rozhodnutiach ľudí. Stáva sa, že pod vplyvom sociálnej atraktívnosti alebo averzie môže byť aj ten istý názor tou istou osobou hodnotený tak pozitívne, ako aj negatívne. Podľa Pietrasińského (1967, s. 111) sa stávame menej kritickými k názorom blízkych osôb a príliš zaujatí k súdom nepriateľov. Aj láska aj nenávisť môžu zaslepiť človeka a diktovať mu celkom nesprávne súdy a rozhodnutia.

*

V súvislosti s tým, čo sme povedali, si treba uvedomiť, že jednoznačne odmietavé stanovisko k emocionálnym apelom si nemožno vysvetľovať len ako zaznávanie emocionálnych argumentov vôbec. Kritika sa netýkala všetkých, ale len takých doplňujúcich emocionálnych argumentov, ktoré označujeme ako neprimerané, neúmerné alebo extrémne. Keďže každý základný argument obsahuje okrem poznávacieho a hodnotového náboja aj náboj emocionálny, nie je zriedkavosťou, že už vhodná forma základného argumentu (pozri rámik č. 12) donúti recipienta takýto argument prednostne prijať aj vtedy, keď sa nebude spájať s primeraným emocionálne doplňujúcim argumentom.

3. VZÁJOMNÉ PÔSOBENIE ARGUMENTOV

Psychológovia venovali veľa úsilia objasneniu otázky, ako sa zvyšuje, resp. znižuje účinnosť jedného argumentu pri súčasnom prezentovaní druhého argumentu.

Výskumy *typologickej účinnosti argumentov* (emocionálne, faktické, odvodené) neposkytli celkom jednoznačné údaje (napr. niektorí autori vyzdvihujú predovšetkým účinnosť faktických argumentov). Podľa Thompsonových (1975, s. 111 až 112) zovšeobecňujúcich záverov sa až 99 % poslucháčov domnieva, že rečník by mal používať faktické dôkazy. Pritom autor konštatuje, že faktické argumenty sú dôležitejšie, keď majú poslucháči medzery v poznaní problému, ako keď sú o ňom podrobne informovaní. Faktograficky dôkazový materiál je osobitne hodnotný, keď sú poslucháči vysoko inteligentní. Na druhej strane Krech a kol. (1968) viackrát zdôrazňujú, že „fakty nehovoria samy za seba". Aj Nakonečný (1970, s. 276) konštatuje, že „emocionálna argumentácia je účinnejšia ako argumentácia racionálna, a to najmä u osôb s negatívnymi postojmi". Ak však ide o osoby, ktoré majú také isté postoje, ako sa navodzujú, účinnejšia je racionálna argumentácia. Rozdiely v názoroch na účinnosť argumentov sú podmienené aj nepresným identifikovaním argumentov. Často sa napr. faktické argumenty zamieňajú za argumenty logické, čiže odvodené. Predpokladom nášho pôvodného empirického výskumu bolo teoretické očakávanie, že skúmané osoby sa budú

Rámik č. 13 *Druhy argumentov a ich akceptabilita*

Majú ľudia výslovne výberový vzťah k určitému typu argumentov (logické, emocionálne, faktické), alebo sa v tejto otázke medzi sebou nejako osobitne nediferencujú? Aby sme mohli získať aspoň základnú informáciu o tomto probléme, zostrojili sme výskumnú metódu TOA (Typologické osobitosti argumentov), na základe ktorej skúmané osoby vo veku 18—40 rokov (N = 48 muži; 118 ženy) posudzovali účinnosť jednotlivých zdôvodnení. Metodika obsahovala tri paralelné časti. Obsah a aplikácia prvej časti:

„Nadiktujem vám tri rozličné formulácie. Vo všetkých sa však zdôvodňuje iba jediná myšlienka — fajčenie prináša mnohé trampoty. Vašou úlohou bude zakrúžkovať poradové číslo tej formulácie, ktorá vám túto myšlienku zdôvodňuje najúčinnejšie.“

1. Závislosť od drogy prináša človeku mnohé trampoty. Závislí sú vlastne všetci ľudia, ktorí musia pravidelne požívať nejakú drogu. Keďže pri fajčení sa pravidelne užíva droga, t. j. nikotín, závislí sú aj fajčiari. Z toho však potom logicky vyplýva, že aj fajčenie prináša človeku mnohé trampoty.

2. V psychologickom prieskume, v ktorom skúmaní odpovedali na otázku, s akými nežiadúcimi návykmi majú rozličné trampoty, sa väčšina opýtaných fajčiarov priznala, že je to návyk fajčenia, ktorý osobne prežívajú ako zdroj mnohých trampôt.

3. Ak pravidelne a veľa fajčíte, nemáte strach, keď sa dozvedáte alarmujúce správy o súvislostiach medzi výskytom rozličných ochorení a fajčením? Neľakáte sa vždy, keď pocítite nejaké ťažkosti v oblasti dýchacích ciest? Nedesíte sa, keď čakáte na výsledky rtg pľúc? Posúďte, neprináša fajčenie človeku mnohé trampoty?

Ešte raz si pozorne prečítajte všetky tri formulácie a zakrúžkujte poradové číslo tej, ktorá myšlienku — fajčenie prináša človeku mnohé trampoty — vyjadruje z hľadiska protifajčiarskej argumentácie najúčinnejšie.“

Ďalšou úlohou skúmaných bolo prečiarknuť to poradové číslo, ktoré uvedenú myšlienku vyjadruje najmenej účinne.

V druhej paralelnej časti našej metódy skúmané osoby za tých istých podmienok posudzovali zdôvodnenosť myšlienky „deti sa učia fajčiť od rodičov“ a v tretej paralelnej časti zasa zdôvodnenosť myšlienky „kto chce, odnaučí sa fajčiť“ (príloha č. 3). Tým sa skúmané osoby najprv z kladného a potom zo záporného hľadiska vyjadrovali trikrát ku trom typom argumentov, z ktorých tri boli logické (L), tri emocionálne (E) a tri faktografické (F). Charakteristické osobitosti akceptovania alebo zamietania jednotlivých argumentov skúmanou osobou sme vyhodnocovali pomocou 9-bodovej matice.

Akceptovanie argumentácie	L	E	F
prvej myšlienky	⊙	•	✕
druhej myšlienky	✕	⊙	•
tretej myšlienky	✕	•	⊙

(Znak ⊙ znamená prijatie a znak ✕ odmietnutie argumentu, hodnota každého znaku ⊙ sa rovná + 1 a každého znaku ✕ sa rovná — 1). Keďže u každej skúmanej osoby sa každý znak zjavuje trikrát, no v rozličnom usporiadaní, teoreticky (podľa výrazu n^k) je možné, aby sa na matici zjavilo 648 rozličných spôsobov akceptovania a neakceptovania argumentov. Pretože prijatie a zamietnutie toho istého argumentu sa v tom istom stĺpci vzájomne rušia, výskyt jednotlivých kombinácií je podstatne menší. Vyhodnotenie je jednoduché, napr. v našom prípade L (+ 1 − 1 − 1) = −1; E = + 1; F (− 1 + 1) = 0.

Údaje získané vyhodnotením možno rozdeliť do piatich kvantitatívnych typologických charakteristík akceptovania argumentov.

I. Úplne protikladný typ (± 3 : ± 3) charakterizuje jedincov, ktorí všetky tri argumenty určitého typu prijímajú a súčasne všetky tri argumenty iného druhu odmietajú (napr. L + 3 : F = − 3). V našom výskumnom súbore bolo takýchto osôb 18,9 %.

II. Úplne jednostranný typ (± 3 : ± 2) charakterizuje jedincov, ktorí síce tri rovnaké argumenty prijímajú alebo odmietajú, no súčasne prijímajú alebo odmietajú iba ďalšie dva (napr. E = 3 : F = 2). V našom súbore bolo takýchto osôb 38,5 %.

III. Čiastočne protikladný typ (± 2 : ± 2) charakterizuje jedincov, ktorí iba dva rovnaké argumenty prijímajú a dva odmietajú a naopak (napr. E = 2 : F = − 2). Vo výskumnom súbore bolo takýchto osôb 14,9 %.

IV. Čiastočne jednostranný typ (± 2) charakterizuje jedincov, ktorí aspoň dva rovnaké argumenty prijímajú alebo odmietajú (napr. E = = 2 alebo − 2). V našom súbore bolo takýchto osôb 11,5 %.

V. Nevyhranený typ charakterizuje jedincov, ktorí ani dva rovnaké argumenty neprijímajú, ani neodmietajú. Vo výskumnom súbore bolo takýchto osôb 16,2 %.

Kvantitatívna typológia ukazuje, že pre skúmaných nie je typický nejaký všeobecný spôsob akceptovania argumentov. Naopak, akceptovanie jednotlivých typov argumentov je veľmi vyhranené, pričom ľudia sa medzi sebou veľmi zreteľne líšia už tým, ako prijímajú a odmietajú predložené argumenty. Toto zistenie bolo predpokladom utvorenia kvalitatívnej typológie akceptovania argumentov.

pokračovanie rámika č. 13

Typ akceptovania argumentu (kvalitatívna typológia)	Percento výskytu
úplne emocionálny (EEE)	29,05 %
úplne faktický (FFF)	—
úplne logický (LLL)	6,08 %
čiastočne emocionálny (EE)	36,44 %
čiastočne faktický (FF)	0,68 %
čiastočne logický (LL)	20,95 %
neurčitý (nenašli sa ani dva kladné argumenty)	6,80 %

z hľadiska svojho reagovania na argumenty deliť do týchto kategórií: 1. *faktický typ* (úplne alebo prevažne dáva prednosť vecným argumentom a dôkazom vychádzajúcim priamo zo skúseností), 2. *logický typ* (úplne alebo aspoň prevažne uprednostňuje argumenty vznikajúce na základe logického odvodzovania a vzájomnej kombinácie myšlienok; 3. *emocionálny typ* (úplne alebo prevažne podlieha podnetom pôsobiacim na city); 4. *neurčitý* (je vlastne neutrálny, a tým atypický, pretože jeho príslušníci zreteľne neuprednostňujú nijaký druh argumentov).

Zisťovanie typologickej akceptácie argumentov nie je podmienené iba teoretickými, ale aj praktickými potrebami presvedčovania. Je známe, že čím sú ľudia vyhranenejší v akceptovaní určitých typov argumentov, tým ťažšie sa pre nich hľadá vhodná formulácia zdôvodňovania dôkazu. Keď sa však najde, efekt presvedčovania je účinnejší. Na otázku, či sa recipienti odlišujú aj vyhraneným akceptovaním iba určitého druhu argumentu, mal dať odpoveď práve náš výskum (pozri rámik č. 13).

Veľa pozornosti sa venovalo aj otázke *účinnosti všeobecných a špecifických argumentov*. Prednosťou všeobecných argumentov je skutočnosť, že majú charakter zovšeobecnených a ľudskou praxou veľakrát overených právd. V bežnom medziľudskom styku sa s nimi azda najčastejšie stretávame v podobe rozličných prísloví a porekadiel (Z á t u r e c k ý, 1975). Napríklad „dotiaľ chodí krčah po vodu, kým sa nerozbije“ (argument na zlodejov) alebo „kto niekomu jamu kope, sám do nej padne“ (argument proti zloprajníkom, udavačom, podpichovačom a pod.). Nedostatkom všeobecných argumentov je však ich nezáväznosť a neurčitosť. Práve preto sa mnohí domnievajú, že v presvedčovacom procese môžu byť účinnejšie špecifické argumenty pre svoju jedinečnosť, adresnosť a konkrétnosť.

Odpoveď na tento problém sa pokúsil nájsť K l i n e (1971), ktorý predložil 150 vysokoškolákom na

Na základe kvantitatívnej typológie možno lepšie charakterizovať skúmaných z hľadiska intenzity prijímania a odmietania predložených argumentov. Na základe kvalitatívnej typológie zasa možno zreteľnejšie odlišovať skúmaných podľa obsahu čiže druhu argumentov. Teda obidve typológie sa doplňujú, aj keď si zostavovanie definitívnej typológie vyžaduje ďalšie výskumné doklady, predsa už tieto výsledky naznačujú, že v tomto smere sa oplatí ďalej bádať. Naše zistenia poukazujú na jednoznačnú preferenciu emocionálnych argumentov pred logickými argumentmi a naznačujú úplnú absenciu faktických argumentov. Je to všeobecný znak, podmieňuje to osobitosť konštrukcie argumentov, alebo je to zapríčinené tým, že výskumný súbor tvorili prevažne ženy?

schválenie alebo zamietnutie 6 rozličných téz. Tézy sa týkali hodnotenia akcelerácie štúdia, manželských rozvodov, klasickej hudby a pod. Na obhájenie každej tézy boli k dispozícii tri druhy argumentov — všeobecný, špecifický a nefaktický. Úlohou bolo prečítať tézu a vyjadriť k nej svoj postoj pred uvedením a po uvedení každého z troch argumentov. Ukázalo sa, že špecifické argumenty mali väčší účinok na zmenu postoja i na hodnotenie odbornosti a spoľahlivosti zdroja.

Pre teóriu i prax presvedčovacieho procesu je dôležité objasniť, aká je vzájomná *účinnosť kladných a záporných argumentov*. Otázkou je, ktorý argument pôsobí silnejšie — ten, ktorým sa potvrdzuje platnosť tézy, alebo ten, ktorý tézu vyvracia. Z tohto hľadiska je pozoruhodný výskum sovietskeho psychológa Eršova (1978, s. 74—82), ktorý predložil 90 študentom 5 úsudkov (téz). Tézy mali ohodnotiť na štvorstupňovej škále.

1. „Zajtra bude istotne jasné počasie".

2. „Fajčenie je škodlivé".

3. „Pri spracovaní informácií človek vychádza z počítačov".

4. „Televízia prináša ľuďom úžitok".

5. „V živote každého herca býva iba jedna najlepšia rola".

Prvé ohodnotenie téz robili študenti bez akejkoľvek argumentácie; druhé ohodnotenie vykonali po vypočutí kladných argumentov a tretie ohodnotenie po vypočutí záporných argumentov.

Pri prvej téze sa ako kladné a záporné argumenty uplatnili rozličné fakty, správy meteorologického ústavu, príznaky, znamenia a predpoklady. Na podporu druhej tézy sa uviedli vedecky získané fakty o škodlivosti fajčenia na organizmus, psychiku jedinca i jeho okolie. Ako protiargumenty boli uvedené sociálnopsychologické motívy, ktoré subjektívne ospravedlňujú tento návyk u fajčiarov (príjemné, prostriedok styku, uvoľnenie a pod.). Dvojstrannú argumentáciu k tretej téze robil autor na základe publikácie Vudsona (1968, s. 43). Hľadiská

Tab. 7. *Dynamika zmien postojov*

Tézy a ich argumentácie	1. téza		2. téza		3. téza		4. téza		5. téza	
Charakteristika postojov	kladná argumentácia	záporná argumentácia	kladná argumentácia	záporná argumentácia	kladná argumentácia	záporná argumentácia	kladná argumentácia	záporná argumentácia	kladná argumentácia	záporná argumentácia
Percento tých, ktorí zmenili svoj pôvodný postoj	53,5	58,7	45,5	47,8	61,0	62,2	45,5	50,0	41,0	44,5
Percento jedincov s negatívnou reakciou	8,9	16,7	13,4	3,4	8,9	37,8	5,6	12,3	15,5	17,8

optimistov a pesimistov boli východiskom obidvoch argumentácií o užitočnosti televízie. V prípade piatej tézy argumenty „za“ a „proti“ uviedli študenti v predchádzajúcej besede. Po prvom ohodnotení si skúmané osoby utvorili vlastný postoj k jednotlivým tézam. Ukázalo sa, že najväčší vplyv na postoj mal sám obsah téz. Celkove zo všetkých ohodnotení boli v 39 prípadoch tézy ohodnotené 100 bodmi, v 45 prípadoch 50 bodmi a v jedenástich prípadoch 0 bodmi.

Druhé ohodnotenie (tab. 7) robili študenti po kladnej argumentácii, ktorá potvrdzovala platnosť tézy. Jej cieľom bolo posilniť postoj skúmaných k tomu, čo sa hovorilo v jednotlivých tézach, príp. u nich vyvolať kontraverziu k svojmu postoju, ak nesúhlasil s tézou. Po uskutočnení tohto ohodnotenia sa zistilo, že aj keď vo všetkých prípadoch prevládala tendencia posilniť si východiskový postoj, predsa bolo značné percento takých, ktorí si svoj pôvodný postoj zmenili.

Tretie ohodnotenie téz robili študenti po zápornej argumentácii, ktorá vyvracala to, čo sa hovorilo v jednotlivých tézach. Tabuľka ukazuje, že pri zápornej argumentácii svoj východiskový postoj zmenil väčší počet skúmaných. To by naznačovalo, že človek je náchylnejší meniť pôvodné postoje skôr pri argumentoch „proti“ ako pri argumentoch „za“, najmä ak ide o problematické alebo neurčité tézy. Inverziu postoja po zápornej argumentácii možno podľa Eršova vysvetliť tak, že pôvodný postoj skúmaných môže byť iba konformnou reakciou na tézu, ktorá sa uvádza ako všeobecná alebo rozšírená mienka. To znamená, že inverzia je vlastne prejavením skutočného postoja.

Okrem tohto je však veľmi zaujímavé aj zistenie, že existujú jedinci s negatívnou reakciou, ktorí svoj predchádzajúci kladný postoj k téze zmenili za záporný hneď po tom, ako sa im predložili kladné alebo podporné argumenty na posilnenie už prijatého postoja. Ešte výraznejšie sa táto tendencia prejavila pri záporných argumentoch. Boli to jedinci, ktorí svoj predchádzajúci záporný postoj k téze zmenili práve

Rámik č. 14 *Ovplyvniteľnosť postojov argumentmi*

Na základe zaujímavého výskumu sovietskeho autora Eršova (1978, s. 74—83) sme sa pokúsili vypracovať takú experimentálnu metódu, ktorou by sa dali sledovať osobitosti ovplyvniteľnosti postoja každého probanta komplexne, teda z pozície vopred pripravených topologických charakteristík príslušných odpovedí. Na výskume (variant A) sa zúčastnilo 44 probantov vo veku od 19 do 22 rokov. Metóda obsahovala tieto časti:

Úvod: „Vypočujte si krátky výrok. Vašou úlohou bude zhodnotiť jeho možnú pravdivosť písmenom S (súhlasím) alebo N (nesúhlasím); odpoveď sa nesmie prepisovať.“

Prvý výrok: „Na najbližších majstrovstvách sveta vo futbale roku 1986 dosiahneme lepšie výsledky ako sme dosiahli v Španielsku.“

Odpoveď .....

Záporná argumentácia: „Teraz si napíšte protikladné argumenty proti tomuto výroku:

a) Opatrenia, ktoré sa urobili po našom neúspechu v Španielsku (výmena niektorých hráčov a trénerov) neriešia podstatu problému.

b) Prvé ligové zápasy už ukázali, že náš futbal ide starou cestou, to znamená, že dôraz sa kladie na obranu.

c) Mužstvo nie je primerane psychicky pripravené, napr. za poslednú minútu stratí aj dvojgólové víťazstvo, ako to bolo v zápase so Švédskom.“

Druhý výrok: „Na základe týchto argumentov možno očakávať, že naše mužstvo nedosiahne na budúcich majstrovstvách sveta lepšie výsledky, ako dosiahlo v Španielsku.“

Odpoveď .....

Kladná argumentácia: „Teraz si napíšte tri nové argumenty:

a) Jeden z najpodstatnejších problémov skvalitnenia reprezentačného mužstva spočíva v jeho vedení, a preto už sama výmena trénerov rieši podstatu problému.

b) Nové opatrenia vo futbale sa nemôžu prejavovať v hre mužstva hneď. No už prvé medzinárodné zápasy ukázali, že v našom futbale sa začína viac presadzovať útočné poňatie hry.

c) Oproti minulosti bude mužstvo lepšie pripravované aj psychicky, pretože tréner sa bude radiť nielen s lekárom o telesnej príprave hráčov, ale aj so športovým psychológom o duševnej príprave hráčov na zápas.“

Tretí výrok: „Na základe týchto nových argumentov možno očakávať, že naše mužstvo dosiahne na budúcich majstrovstvách sveta lepšie výsledky, ako dosiahlo v Španielsku.“

Odpoveď .....

pokračovanie rámika č. 14

Aby sa zistilo, do akej miery sú jednotlivé typy odpovedí podmienené iba obsahom problému a argumentácie, urobili sme analogický výskum v kontrolnej vzorke (N = 143, z nich 92 stredoškolákov a 51 vysokoškolákov). Predmetom dokazovania a vyvracania bol výrok: „To, či bude niekto tvorivo vykonávať svoju odbornú prácu v praxi, sa dá predvídať z priebehu jeho vysokoškolského štúdia (príloha č. 4).

Pri vyhodnocovaní výsledkov treba rozlišovať medzi odpoveďovou formou hodnotiaceho postoja (súhlas — nesúhlas) a obsahovým výsledkom hodnotiaceho postoja (klad — zápor). Súhlas a klad a nesúhlas a zápor sú totiž v postojoch respondentov zhodné iba pri kladných výrokoch.

Ak kladný obsahový výsledok hodnotiaceho postoja respondenta označíme znamienkom plus a záporný znamienkom mínus, dostaneme na základe jednotlivých sledov odpovedí túto typologizáciu postojov:

Typ odpovedí na výrok	a	b	c	D	A	B	c	d
Kladný neargumentovaný	+	+	+	+	—	—	—	—
Záporný argumentovaný	+	+	—	—	+	—	+	—
Kladný argumentovaný	—	+	—	+	—	—	+	+

kde:

A a — kontraverzne ovplyvniteľný typ postojov; všetky odpovede sú nezhodné s výrokmi (A) alebo s argumentovanými výrokmi (a),

B b — neovplyvniteľný typ postojov; trvá pôvodne uvedená kladná alebo záporná odpoveď,

C c — ťažšie ovplyvniteľný typ postojov; iba jedna odpoveď s argumentovaným výrokom (C) alebo ešte jedna, ale s neargumentovaným výrokom (c) je zhodná,

D d — ľahšie ovplyvniteľný typ postojov; všetky odpovede sú zhodné s výrokmi (D) alebo aspoň s argumentovanými výrokmi (d).

Ako ukazuje ďalšia tabuľka, podľa osobitosti odpovede na prvý neargumentovaný výrok sa jednotlivé sledy odpovedí probantov dali diferencovať na preukaznejšie, potenciálne nekonformnejšie (veľké abecedné písmeno) a menej preukazné, čiže potenciálne konformnejšie (malé abecedné písmeno). Výskyt údajov podľa ich umiestenia pod veľkými alebo malými písmenami však nenaznačuje nijakú tendenciu. Preto sa nedá povedať, že tí, ktorí na prvý neargumentovaný výrok odpovedali záporne, boli menej ovplyvniteľní a tí, ktorí odpovedali kladne, teda konformnejšie, boli viac ovplyvniteľní. Na základe

toho budeme pri ďalšej analýze tabuľky venovať pozornosť len súčtovým údajom (spolu veľké a malé písmeno).

	Typ postojov	A	B	C	D	Σ %
	Druh výrokov	a	b	c	d	
	o športe	7,84 / 7,84	23,53 / 41,18	1,96 / 3,92	5,89 / 7,84	100
V	spolu veľké a a malé písmeno	15,68	64,71	5,88	13,73	100
V	o tvorivosti	3,92 / 3,92	21,57 / 35,29	3,92 / —	15,69 / 15,69	100
V	spolu veľké a malé písmeno	7,84	56,86	3,92	31,38	100
S	o tvorivosti	1,09 / 2,17	41,30 / 22,83	1,09 / 14,13	9,78 / 7,61	100
S	spolu veľké a malé písmeno	3,26	64,13	15,22	17,39	100
S a V	o tvorivosti	2,10 / 2,80	34,26 / 27,27	2,80 / 9,09	11,89 / 9,79	100
S a V	spolu veľké a malé písmeno	4,90	61,53	11,89	21,68	100
S a V	o športe a tvorivosti	4,47 / 5,01	32,42 / 32,01	1,52 / 9,02	7,83 / 7,72	100
S a V	spolu veľké a malé písmeno	9,48	64,43	10,54	15,55	100

(stredoškoláci — S, vysokoškoláci — V)

Ako ukazuje tabuľka, zosumované kvantitatívne údaje (posledný riadok) upozorňujú, že hypotézu o štyroch typologických spôsoboch reagencie skúmaných osôb na argumentáciu možno prijať. Pritom sa najviac vyskytuje neovplyvniteľný typ postojov (64,43 %). Druhé miesto obsadili jednotlivci s ľahšie ovplyvniteľným typom postojov — je ich však iba 15,55 %. Ako tretí sa umiestili jednotlivci s ťažšie ovplyvniteľným typom postojov (10,54 %) a ako poslední tí, u ktorých sa zistil kontraverzne ovplyvniteľný typ postojov. (9,48 %). Údaje do značnej miery korešpondujú s údajmi Eršova. V našom

pokračovanie rámika č. 14

výskume sa však na rozdiel od neho ukázal výraznejší počet jednotlivcov s neovplyvniteľným typom postojov a naopak, o niečo menší počet tých, ktorí sa prejavili kontraverzným typom postojov.

Otázkou je, do akej miery majú tieto výsledky všeobecnú platnosť a do akej miery ich podmieňuje druh predložených výrokov. Tabuľka naznačuje, že obsah výroku nie je zanedbateľným faktorom. Napríklad pri výroku o športe až u 15,68 % vysokoškolákov sa zistil kontraverzný typ odpovede, a preto sa táto položka posunula z predtým konštatovaného štvrtého miesta na tretie. No rozdiel medzi odpoveďami vysokoškolákov o športe a tvorivosti nie je významný ($\chi^2 = 5{,}30$; $P > 0{,}05$).

Ďalšou otázkou je, či tento posun nevyplýva z osobitostí, ktorými je charakterizovaná veková skupina vysokoškolákov. Čiastočnú odpoveď na túto otázku získame, keď začneme porovnávať odpovede vysokoškolákov s odpoveďami stredoškolákov na výroky o tvorivosti. Z tabuľky sa dozvedáme, že aj pri výrokoch o tvorivosti nachádzame u vysokoškolákov na rozdiel od stredoškolákov také isté poradie jednotlivých typov postojov, aké mali pri výrokoch o športe. Z toho vyplýva, že u vysokoškolákov sa kontraverzný typ odpovedí aj v súvislosti s problematikou tvorivosti, i keď nebol taký výrazný (7,84 %), predsa len umiestil na treťom mieste. To naznačuje, že v presvedčovacom pôsobení sa môžeme stretnúť u vysokoškolákov s väčším sklonom k negativistickým reakciám na argumentáciu ako u stredoškolákov. Rozdiel medzi ovplyvniteľnosťou vysokoškolákov a stredoškolákov však nie je vysoko významný ($\chi^2 = 7{,}87$; $P < 0{,}05$).

po tom, ako sa im predložili záporné argumenty. Súčasne Eršov zistil, že s významnosťou tézy rastie tendencia k posilneniu pôvodného postoja ako odpoveď na vyvracajúce argumenty. Vo všetkých prípadoch (okrem ohodnotenia druhej tézy) bol počet skúmaných s negatívnou reakciou na záporné argumenty väčší ako pri kladných argumentoch. Teda medzi negatívne reagujúcimi prevládla tendencia k posilneniu svojho pôvodného východiskového postoja. Eršov sa domnieva, že takáto reakcia na zápornú argumentáciu je podmienená aj slabším presvedčením o platnosti niektorej tézy. Napríklad veľký počet argumentov „za“ platnosť a „proti“ platnosti tretej tézy posilnil u mnohých skúmaných východiskový postoj v podobe negatívnej reakcie (37,8 %).

Zistenie, že niekedy nielenže nemusíme kladný postoj posilniť kladnou argumentáciou a záporný postoj zápornou argumentáciou, ale dokonca sa môžeme pričiniť o ich pretvorenie na svoj protiklad, je mimoriadne závažné a možno povedať, že až prekvapujúce. Tento poznatok u-

možňuje formulovať tieto hypotézy:

Pri presvedčovaní sa môžeme stretávať s tzv. *neovplyvniteľnými jedincami*, ktorí nepodľahnú nijakému ovplyvňovaniu, t. j. nezmenia svoj postoj, či už kladný, alebo záporný ani s ohľadom na presvedčujúce argumenty.

Pomerne veľká časť ľudí sa však dá *ľahšie ovplyvniť*, t. j. vplyvom kladnej, ako aj zápornej argumentácie mení svoje postoje.

Skupina tzv. *ťažšie ovplyvniteľných* ľudí podlieha iba jednej argumentácii a jej vplyvom si mení svoj pôvodný postoj. Osoby tejto skupiny sa medzi sebou líšia tým, že vplyvom kladného argumentu menia svoj záporný postoj na kladný alebo pod vplyvom záporného argumentu svoj pôvodne kladný postoj menia na záporný.

Ostatnú skupinu predstavujú *kontraverzne ovplyvniteľní jedinci*. Ich charakteristickou črtou je, že bez ohľadu na pôvodný postoj, kladná argumentácia vyvoláva zápornú reakciu a záporná argumentácia vyvoláva kladnú reakciu.

Otázkou ostáva, ako sa ľudia medzi sebou delia z hľadiska príslušnosti k jednotlivým skupinám. Tieto údaje však už z Eršovho výskumu nemožno vyčítať, pretože autor sa zameral na celostnú analýzu výskumného súboru a nesledoval kontinuitnú reakciu každého príslušníka súboru, t. j. typologickú analýzu postojov (pozri rámik č. 14).

VII.
PREDPOKLADY PERSUÁZIE

Jedným z najdôležitejších predpokladov úspešného presvedčovania je *dôvera*. Psychologická analýza tohto pojmu, ktorý má aj svoju etickú stránku, však nie je bez problémov. Treba odpovedať nielen na otázky, za akých podmienok sa presvedčovaný stáva dôverivým a presvedčovateľ vierohodným, ale aj na otázky, v akom prípade možno hovoriť o hodnovernej či nehodnovernej situácii, v ktorej sa presvedčovanie uskutočňuje.

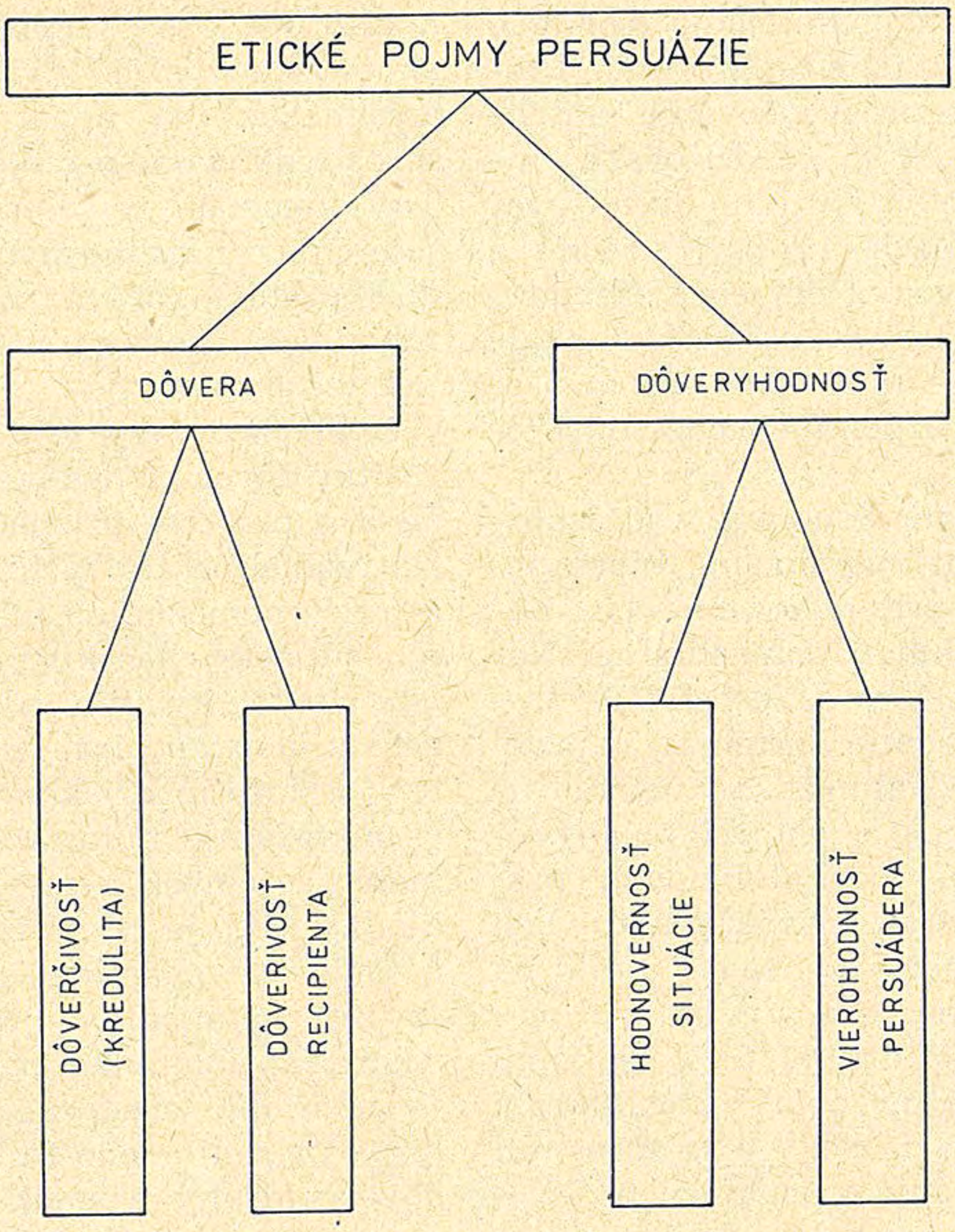
Pretože pri presvedčovaní ide o vzájomné pôsobenie človeka na človeka, obsah pojmov dôverivosť presvedčovaného, vierohodnosť presvedčovateľa a hodnovernosť situácie sa neposudzujú len objektívne, teda podľa toho, aké v skutočnosti sú, ale aj subjektívne, teda podľa toho, ako tieto stránky vnímajú zúčastnené osoby (percepcia komunikujúcich osôb).

1. VÝZNAM DÔVERY

Dôvera (sebadôvera, lat. fiducia) je významná psychologická a etická kvalita, ktorá sa prejavuje nielen vo vzťahu človeka k sebe, ale aj k iným ľuďom. Jej objasňovanie sa opiera o celú skupinu súvzťažných pojmov (dôverivosť, dôverčivosť, dôveryhodnosť, vierohodnosť, hodnovernosť), z ktorých každý má svoj presný pojmový obsah (obr. 8).

Zo psychologického hľadiska sa dôvera chápe ako akceptovanie nejakej, pre recipienta zatiaľ neargumentovanej alebo objektívne neoverenej myšlienky bez pochybovania o jej pravdivosti. Z etického hľadiska je dôvera „taký vzťah k činom druhej osoby a k osobe samej (k spolupracovníkovi pri spoločnom diele, zmluvnému partnerovi, vedúcemu, priateľovi), ktorý sa zakladá na presvedčení o jeho bezúhonnosti, vernosti, poctivosti a čestnosti“; K o n a k o l. (1978, s. 35).

Význam dôvery vyplýva predovšetkým z toho, že v procese ľudskej činnosti nie je prakticky možné, aby si človek overil hneď alebo bezprostredne pravdivosť myšlienok (svojich i druhých ľudí), ktoré sú s touto činnosťou v nejakom vzťahu. Bez dôvery by nebola možná regulácia ani autoregulácia ľudskej činnosti. Človek, ktorý stratil seba-



Obr. 8. *Súvzťažnosť etických pojmov uplatňujúcich sa pri persuázii*

dôveru, má znížené sebavedomie, nedôveruje svojim schopnostiam ani spôsobilostiam. „Nedokáže prekročiť svoj tieň" — vykonať niečo nové, nezvyčajné, to, čo tu ešte nebolo, pretože to nové, nezvyčajné si nemôže nikdy bezpečne dopredu overiť. Človek, ktorý nie je spôsobilý prekonať nedôveru vo vlastné schopnosti, nebude nikdy schopný prekonať ani sám seba.

Mimoriadny význam má dôvera v procese ovplyvňovania človeka človekom. Tam, kde prevláda v medziľudských vzťahoch nedôvera, tam možno regulovať ľudí len na základe strachu, hrozby a násilia. „S víťazstvom socializmu sa vzťahy dôvery rozširujú postupne na celú spoločnosť, na základe jednoty základných záujmov pracujúcich sa vytvára *disciplína dôvery*" (V. I. L e n i n, 1961). Dôvera je aj významnou kategóriou výchovného procesu. Už objasňovanie (klarifikácia) niektorých javov objektívnej skutočnosti je značne sťažené, keď tí, ktorým sa niečo vysvetľuje, nedôverujú tomu, kto vysvetľuje. Pri presvedčovaní je dôvera dokonca

nevyhnutnou podmienkou (condicio sine qua non) jeho realizovania. Práve preto, že presvedčovanie je dobrovoľným aktom medziľudskej interakcie, nemožno ho realizovať v podmienkach hrozby, strachu a násilia. Človek, ktorý chce prebudovať svoje názory, postoje či vonkajšie správanie, musí tomu, kto ho presvedčuje, bezpodmienečne dôverovať.

Psychológia disponuje v súčasnosti viacerými výskumami, ktoré potvrdili, že presvedčovanie bez dôvery je takmer nemysliteľné. Napríklad McCroskey (1969) urobil experiment, v ktorom v prvej fáze vystupoval neznámy neindetifikovaný rečník a jeho reč bola sprostredkovaná magnetofónovou páskou. Probantmi experimentu boli vysokoškoláci, ktorí sa zúčastnili na pokuse večer, teda v mimovyučovacom čase. V druhej fáze výskumu boli probantmi opäť vysokoškolskí študenti, no na pokuse sa zúčastnili cez vyučovanie v známom prostredí a so známym a rešpektovaným učiteľom ako experimentátorom. Výsledky výskumu upozornili, že argumenty mali význam iba v prvej fáze experimentu. Ich začlenením vzrastala tak vnímaná vierohodnosť, ako aj postojové zmeny. Naproti tomu v druhej fáze výskumu (keď dôverovali experimentátorovi) sa efektívnosť argumentov nepotvrdila ani na vierohodnosti, ani na postojových zmenách študentov. Autor, opierajúc sa o výsledky tohto výskumu i o výsledky ďalších výskumov, konštatuje, že zaradením vhodných argumentov môžu vznikať zmeny postojov aj u pôvodne menej vierohodného zdroja, zatiaľ čo pri komunikátorovi, ktorý sa pôvodne vnímal ako vysokovierohodný, predstavujú argumenty iba nepatrný tlak na sprostredkovanie postojových zmien. To znamená, že vierohodnosť je jedným z najsilnejších predpokladov, pretože správa podávaná vierohodnou osobou si nevyžaduje takmer argumenty.

Opakom dôvery je *nedôvera*. Pre zážitky dôvery a nedôvery je podobne ako pre city príznačná polarita. Na rozdiel od citových zážitkov, pri ktorých nemožno na základe poznania situácie charakterizovanej jednou citovou kvalitou odhadnúť situáciu v *kontrapolárnej* citovej kvalite* (pretože medzi kontrapolárnymi citmi existuje nulový bod, čo znamená, že človek nemusí mať protikladný cit), je pre zážitky dôvery a nedôvery charakteristické, že sú spojené vzťahom vzájomnej úmernosti. Napríklad ak o niekom vieme, že nám iba čiastočne nedôveruje (prvý prípad), alebo že k nám nemá dôveru (druhý prípad), je nám zároveň jasné, že spomenutý nám iba čiastočne dôveruje (prvý prípad), alebo že má voči nám úplnú nedô-

---

* Napríklad ak o niekom vieme, že nemá celkom rád svoju prácu, (prvý prípad), alebo že svoju prácu nemá vôbec rád (druhý prípad), na základe takejto informácie by sme si nemohli dovoliť konštatovať, že daná osoba prejavuje aj určitú nenávisť k svojej práci (prvý prípad), alebo že dokonca prejavuje úplnú nenávisť (druhý prípad). Takisto ak nám niekto povie, že nemá z niečoho vôbec radosť (prvý prípad), alebo že sa teší iba trochu (druhý prípad), na základe tejto nedostatočnej informácie nemôžeme usudzovať, že spomenutý v danej situácii prežíval žiaľ (prvý prípad), alebo aspoň trochu žiaľu (druhý prípad).

veru (druhý prípad). To znamená, že zážitky dôvery a nedôvery nie sú na rozdiel od citových zážitkov kontrapolárne, ale hovoríme, že sú kontrapendantné (protizávislé) alebo súvzťažné. Súvzťažnosťou rozumieme skutočnosť, že zosilnenie prejavu v jednej závislej zložke znamená priamoúmerné zníženie intenzity prejavu v druhej závislej zložke. Absolútna existencia jednej závislej zložky sa realizuje za predpokladu absolútnej neexistencie druhej závislej zložky.

Dôvera sa hodnotí v presvedčovacom procese jednoznačne pozitívne, no nedôvera sa stretáva so záporným hodnotením. Úplnú dôveru charakterizujeme krajným variantom stupnice — jej predpokladom je úplná absencia nedôvery. Krajný variant dôvery môže mať rozličnú intenzitu. Nemožno však povedať, že čím intenzívnejšia je úplná dôvera, tým je jej hodnotenie kladnejšie. I tu je rozhodujúca miera intenzity, akou sa úplná dôvera prejavuje. Ak sa požadovaná miera intenzity prekročí, nehovoríme už o dôvere, ale o *dôverčivosti* (kredulite) alebo ľahkovernosti, ktoré sa hodnotia záporne. „Dôvera k ľuďom neznamená slepú vieru“ (K o n a k o l., 1978, s. 45).

V praktickom živote sa však nestretávame vždy iba s úplnou dôverou alebo dôverčivosťou, ale aj s takou dôverou, ktorá sa súčasne spája s určitým stupňom nedôvery, resp. nedôverou charakterizovanou určitými znakmi dôvery. Takéto prípady sa však z hľadiska predpokladanej účinnosti presvedčovania hodnotia záporne a ich problematickosť stúpa s rozsahom prejavovanej nedôvery. Záporná stránka nedôvery sa prejavuje v presvedčovacom procese tým, že pod jej vplyvom vzniká okrem základného (primárneho) komunikačného kanála (ním prebieha výmena informácií medzi diskutujúcimi osobami) aj kanál vedľajší (sekundárny). Sekundárny kanál umožňuje nedôverujúcemu, aby na určité otázky neodpovedal, ani sa na ne nepýtal, teda aby diskutoval iba o niečom a niečo si nechal pre seba. K o v a l e v (1967, s. 300) hovorí, že „ak majú vychovávateľ a vychovávaný k sebe blízky vzťah, vzájomne si dôverujú a otvorene diskutujú; ak však medzi nimi vládne určitá oficiálnosť, odstup, vtedy si presvedčovaný ponecháva diskusiu pre seba“. Čím väčšiu nedôveru má presvedčovaný k presvedčovateľovi, tým je úloha vedľajšieho (sekundárneho) kanálu väčšia a pri prevahe nedôvery nad dôverou, resp. pri úplnej nedôvere sa stáva dominantným.

Dôvera je teda významný osobnostný predpoklad, ktorý nemožno v presvedčovacom procese zanedbať. Osobitným spôsobom riešil túto problematiku A n d e r s e n (1971), ktorý je autorom tzv. 200-percentnej teórie zodpovednosti. V podstate vychádzal z niekoľkých správnych predpokladov — napr. presvedčovanie pokladal za bipolárny proces, v ktorom je aktívny nielen zdroj správy, ale aj jej príjemca; o recipientovi tvrdil, že sa dobrovoľne rozhoduje o prijatí či neprijatí správy o pod. Na základe toho však súčasne konštatoval, že v presvedčovacom procese sú obidva činitele, teda zdroj i recipient, rovnako zodpovedné aj za výsledok ovplyvne-

nia. Ak totiž platí, že presvedčovateľ má „100-percentnú“ zodpovednosť za etickú hodnotu správy, ktorou pôsobí, a recipient má „100-percentnú“ zodpovednosť za jej prijatie, v prípade, že bol recipient oklamaný (ako konštatuje A n d e r s e n), musí si sám uznať vinu a nemôže zvaľovať zodpovednosť na zdroj správy. Takéto umele vykonštruovaná teória, v ktorej sa „vinník“ zrovnáva so svojou „obeťou“, „klamár s oklamaným“, je pre nás neprijateľná; je iba umelou clonou, ktorá má zbaviť presvedčovateľa zodpovednosti za etickú hodnotu toho, čím na recipienta pôsobí.

Ako sľubnejšie sa ukázali tie prístupy, v ktorých sa psychológovia zamerali na odhalenie zložiek podmieňujúcich a stimulujúcich vznik dôvery. Ukázalo sa, že riešenie tejto otázky si vyžaduje skúmať predovšetkým psychologické osobitosti takých javov dôvery, ako je dôverivosť recipienta, vierohodnosť presvedčovateľa a hodnovernosť situácie.

DÔVERIVOSŤ

Na meranie dôvery sa používajú Rotterove a Donavanove škály, Wrightmanove testy, modelové situácie výplatných matíc Deutscha a ďalšie podobné metodiky. Pritom je zaujímavé, že výsledky získané jednotlivými metodikami si v podstate neodporujú, ale vzájomne sa dopĺňajú. Výskumy upozornili, že dôveru ako zložitú osobnostnú charakteristiku možno vyjadriť dvoma osobnostnými dimenziami: 1. individuálne subjektívnou dôverivosťou a 2. sociálne subjektívnou dôveryhodnosťou. Tieto dve dimenzie sa vzájomne podmieňujú.

Z hľadiska *individuálnej subjektívnej charakteristiky* „má dôveru predovšetkým ten, kto je dôveryhodný“. Takí ľudia sa vyznačujú vyrovnaným „ja“, odvahou sledovať určitý cieľ, citlivosťou na osobné i cudzie problémy, snahou pozerať sa na problémy bez strachu a v záujme dôvery aj riskovať. To všetko predpokladá samozrejme značnú dávku sebadôvery.

Z hľadiska *sociálno-subjektívnej charakteristiky* „dôveryhodný je ten, kto sám dôveruje iným“. V medziľudskej komunikácii sa takíto ľudia vyznačujú podľa Deutscha určitými osobitosťami (K ř i v o h l a v ý, 1977, s. 184). V percepcii (pri vnímaní seba i druhého) majú zvýšenú citlivosť na podobnosť (similaritu), majú zmysel pre spoločný záujem i spoločný zisk. U nedôverivých ľudí vyzerá naša osoba inak, ako ju vnímame my sami. U dôverivých ľudí je percepcia rozdielov zasa znížená. Dôveriví ľudia vnímajú partnera ako lepšieho, aj keď je objektívna skutočnosť iná. V postoji k partnerovi dominuje benevolencia, ochota k priateľskému dialógu. Nedôveriví ľudia sa pred kontaktmi s druhými uzatvárajú, dôveriví zasa osobné kontakty vyhľadávajú a pri komunikovaní s partnerom sú ochotní podávať spoľahlivé informácie a povedať otvorene a čestne o všetkom, čo si praje vedieť.

Dôverivosť je však podmienená aj niektorými individuálnymi osobitosťami. Napr. podľa výsledkov výskumu R a p p o r t a (1965) sa dôvera muža získava oveľa ľahšie, ako dôvera ženy. Žena je na rozdiel od

muža obozretnejšia, opatrnejšia a rezervovanejšia; jej dôvera nedozrieva tak rýchlo ako dôvera muža. Thompson (1975) upozorňuje, že niektoré typy poslucháčov sú ovplyvňované viac dôverivosťou, iné argumentmi. Pritom vraj existuje tzv. vedecký typ, ktorý sa dá presvedčiť viac špecifickosťou a významnosťou dôkazov, ako tým, kto tieto dôkazy sprostredkováva. Podľa Kleina by mal rečník, ktorý udáva zdroj dôkazov, poukazovať aj na kvalifikovanosť a kompetentnosť tohto zdroja. Vo výskumoch, v ktorých komunikátor citoval iba zdroje bez ich kompetencie, sa znížil účinok ovplyvnenia. Talin a Marlowe (1968) si zasa položili otázku, či má na zvýšenie dôverivosti vplyv alkohol. Pre pokus si vybrali 45 vysokoškolákov s najnižšími a 25 vysokoškolákov s najvyššími hodnotami spotreby alkoholu a dali im riešiť 50 konfliktných situácií. Experiment potvrdil, že prejavy dôverivosti až dôverčivosti, ktoré sa neraz prejavujú v správaní ľudí pod vplyvom alkoholu, nie sú prejavmi, ktoré by sa prenášali do správania každodenného života. Naopak, alkoholici sa v modelových konfliktoch prejavili väčšou nedôverou ako abstinenti a tí, ktorí alkohol požívali veľmi málo (Thompson, 1975).

VIEROHODNOSŤ

Pri analýze psychických osobitostí toho, kto ovplyvňuje, sa zistilo, že významnou vonkajšou podmienkou vzniku dôvery je vierohodnosť presvedčovateľa. Vierohodnosť podmieňujú viaceré osobnostné znaky a komponenty. V minulosti bolo ich objasňovanie motivované úsilím odhaliť účinnosť rétorického vplyvu na poslucháčov. Napríklad podľa Aristotela (1980) súvisí dôvera s mravnosťou. Podľa neho dosahujú rečníci dôveru troma spôsobmi. Je to rozumnosť, čestnosť a priazeň. Kto totiž klame v reči alebo v tom, čo radí, tomu podľa Aristotela buď chýbajú tieto vlastnosti, alebo aspoň jedna z nich. Buď klame preto, že nie je rozumný, alebo má o veciach správny názor, no svoju mienku nepovie, pretože nie je čestný, alebo je aj čestný, no nie je priateľsky naklonený, a preto nepovie to lepšie, čo vie.

Psychológovia Hovland, Janis a Kelley (1953) na základe viacerých výskumov konštatujú, že *spoľahlivosť* a *odbornosť* sú podstatnými komponentmi vierohodnosti. Poznamenávajú však, že príjemca správy môže komunikátorovi veriť, ale môže mať tendenciu odmietnuť komunikáciu, ak predpokladá, že komunikátor mu nemôže poskytnúť solídne tvrdenia. Preto treba rozlišovať medzi 1. rozsahom, v ktorom sa komunikátor vníma ako zdroj solídneho tvrdenia (odbornosť) a 2. stupňom dôvery v zámer komunikátora sprostredkovať iným tvrdenie tak pravdivo, ako ho sám vidí (spoľahlivosť). No otázku, či je spoľahlivosť všeobecná hodnota, ktorá sa na rozdiel od hodnoty odbornosti nemení, autori zatiaľ neodpovedali.

V starostlivo zostavenej štúdii autori Berlo, Lemert a Mertz (1966) identifikovali tri základné vierohodnosti, a to faktor *istoty*, faktor *kvalifikácie* a faktor *dyna-*

mickosti. Faktor istoty (bezpečnosti) je blízky faktoru spoľahlivosti. Človeka s týmto faktorom všeobecne prijímajú ako priateľského, nežného, morálneho, „fair" osobu, ktorej možno dôverovať. *Faktor kvalifikácie* je zasa ekvivalentom *faktoru odbornosti.* Takýto komunikátor sa hodnotí ako kompetentný, zbehlý a veľmi skúsený v problematike, ktorá je predmetom diskusie. *Dynamický faktor* zatiaľ nie je tak jednoznačne vymedzený ako predchádzajúce dva faktory. Autori ho charakterizujú ako zdroj otvorenosti, agresívnosti, odvážnosti, dôvernosti a energickosti.

Na záver môžeme konštatovať, že vierohodnosť presvedčovateľa v podstate podmieňujú také osobnostné komponenty ako *kompetentnosť* (odbornosť), *spoľahlivosť* (istota), *dynamizmus* (energickosť) a najmä *charakternosť* (morálny profil).

Opakom vierohodnosti je *vierolomnosť.* Je to negatívna morálna kvalita, ktorá je charakterizovaná úkladnými, zákernými činmi, vedomým zneužitím cudzej dôvery alebo hrubým narušením prijatých záväzkov (vierolomnosť znamená doslova „lámať vieru"). V procese ovplyvňovania človeka človekom sa vierolomnosť chápe ako hrubý podvod a má za následok hlboké otrasenie presvedčenia, jeho odmietanie, ba dokonca premenu na svoj protiklad (v psychológii hovoríme o „bumerangovom efekte").

HODNOVERNOSŤ

V súvislosti s analýzou psychologických osobitostí situácie, v ktorej sa ovplyvňovanie uskutočňuje, vzniká otázka, prečo sa aj situácia ako vonkajšia podmienka stáva faktorom hodnovernosti. Ak je presvedčovateľ vierohodný, mal by sa správať v súlade s touto charakteristikou nezávisle od situácie, v ktorej sa nachádza.

Tieto skutočnosti nie sú však také jednoduché. Z vierolomnosťou ako zápornou mravnou kvalitou sa nestretávame hneď vtedy, keď sa informácia z hľadiska úplnosti alebo presnosti nezhoduje s objektívnou skutočnosťou, príp. je k objektívnej skutočnosti dokonca protikladná. Nezhoda výpovede s objektívnou skutočnosťou je síce nevyhnutnou, no sama osobe je nedostatočnou podmienkou na to, aby sme niekoho označili za klamára. Osobný zámer, teda to, či chce človek klamaním niečo získať na úkor druhého, je druhou kriteriálnou podmienkou identifikovania vierolomnosti.

Každodenný medziľudský styk pripravuje nespočetné situácie v ktorých pochybujeme o objektívnej platnosti informácií toho druhého bez toho, aby sme zároveň pochybovali o jeho vierohodnosti a nazvali ho luhárom. Napríklad vychovávaný často pochybuje o priaznivých perspektívach svojho biodromálneho vývinu, o ktorých ho presvedčuje jeho vychovávateľ. Takisto pacient neraz pochybuje o priaznivej prognóze svojho zdravotného stavu, ktorý sa mu usiluje nahovoriť jeho ošetrujúci lekár. Prosto nie je to osoba presvedčovateľa, ktorá je zdrojom pochybností, ale sama *situácia.* Teda pri presvedčovaní nestačí, aby bol ovplyvňovaný dôverivý, ba nestačí ani to, aby bol presvedčovateľ vierohodný, pretože ve-

ľa závisí predovšetkým od situácie, v ktorej sa presvedčovanie uskutočňuje.

Keďže sa zistilo, že situácia má taký veľký význam, bádatelia v oblasti persuázie sa pokúsili odpovedať aj na otázku, aké podmienky a okolnosti zvyšujú alebo znižujú jej hodnovernosť.*

Významným kritériom hodnovernosti situácie je zainteresovanosť presvedčovateľa na výsledku presvedčovania. K ř i v o h l a v ý (1977, s. 45) konštatuje, že ak si je pozorovateľ istý, že daná osoba v danej situácii nemôže klamaním nič získať, potom je viac naklonený veriť tomu, čo hovorí. Čím viac je teda presvedčovateľ osobne zainteresovaný na výsledku presvedčovania, tým väčšie pochybnosti vznikajú u presvedčovaného.

N a k o n e č n ý (1970, s. 276), opierajúc sa o niektoré výskumy západných autorov, uvádza, že ľudia sa nechávajú viac ovplyvniť v situáciách bežnej výmeny informácií ako v situáciách propagačného rozširovania informácií. Psychologicky sa to vysvetľuje tým, že pri propagande je človek akýsi ostražitejší, viac zvažuje hodnovernosť správy a dáva si pozor, aby „nenaletel". Takáto interpretácia je pravdepodobná, ak si uvedomíme, že zistenie sa overilo výskumom na americkej populácii (B r e m b e c k, H o w e l l, 1976).

Je zaujímavé, že človek je prístupnejší prijímať skôr správy, ktoré sa podávajú opisne (deskripcia), ako správy, ktoré niečo hodnotia (valorizácia). Psychologicky sa to dá vysvetliť tým, že valorizované informácie vždy predpokladajú nejakú normu (predpis), podľa ktorej sa hodnotí; pri opise však nevystupuje do popredia natoľko osobný záujem. Hodnotenie teda vždy predpokladá zainteresovanosť toho, kto je autorom alebo nositeľom normy.

Ľudia uveria často skôr správam, ktoré sa šíria ako chýr (jav náhodného započutia), resp. klebety. Rozširovanie informácií v podobe klebiet je, žiaľ, veľmi efektívne.

*

Aký osud postihne objektívne platnú a pravdivú informáciu, ktorá bude sprostredkovaná nevierohodným komunikátorom a v nehodnovernej situácii? Odpoveď na túto otázku nachádzame u H o v l a n d a a W e i s s a (1951). V ich experimente dostala každá zo skúmaných osôb zošit so štyrmi rozličnými témami. Ku každej téme boli pripojené dva zdôvodňujúce články — jeden „za" a druhý „proti". Autorstvo výkladových článkov bolo pripísané striedavo raz časopisu, ktorý sa na verejnosti tešil dobrému menu (za seriózność svojich článkov), a druhý raz časopisu pochybnému. Napríklad nedostatočné vyrábanie určitého tovaru je:

1. dobré preto, lebo (renomovaný časopis),

---

* Terminologické a pojmové rozlišovanie medzi hodnovernosťou a vierohodnosťou nie je náhodné. Prvý pojem sa vzťahuje na situáciu, pretože sa týka predmetových javov (hovoríme o hodnovernosti dokumentov, argumentov, faktov a pod.). Druhý pojem sa vzťahuje na živé bytosti (hovoríme o vierohodných a vierolomných ľuďoch, ale nemôžeme hovoriť o vierolomných veciach alebo predmetoch).

2. dobré preto, lebo (pochybný časopis),

3. zlé preto, lebo (renomovaný časopis),

4. zlé preto, lebo (pochybný časopis).

Každá osoba sa zúčastnila na experimente pri dvoch podaniach — pri vysokej a nízkej hodnovernosti. Zmena postojov sa zisťovala na základe dotazníkov — jeden sa podával 5 dní pred čítaním spomínaných článkov a druhý hneď po prečítaní zdôvodňujúcich článkov, príp. až o 4 týždne.

Experiment priniesol dvojaké výsledky. Výsledky merané hneď po prečítaní zdôvodňujúcich článkov ukázali, že postoje skúmaných osôb ovplyvňoval viac hodnoverný zdroj informácií. Konkrétne množstvo postojových zmien v želanom smere bolo 3,5-krát väčšie pri zdôvodneniach podaných vysokohodnoverným časopisom. Výsledky merané až o 4 týždne ukázali, že množstvo zmien ubúda po uplynutí jedného mesiaca a subjekt, prijímajúci správu vyjadrenú nízkohodnoverným zdrojom, sa pohybuje v smere prijatia postojovej zmeny naznačenej touto správou. Experimentátori označili túto oneskorenú zmenu ako „efekt spáča“ (sleeper effect).

Z toho vyplýva, že vierohodnosť a hodnovernosť nie sú jedinými ani rozhodujúcimi predpokladmi presvedčovacieho procesu. Podľa sovietskych psychológov (E r š o v, 1978; K u l i k o v, 1974) je rozhodujúcim predpokladom ovplyvňovania človeka sám obsah, teda objektívna platnosť a pravdivosť sprostredkovávanej informácie a až potom to, kým a v akej situácii je sprostredkovaná. Rozličné osobitosti nízkej vierohodnosti zdroja a nízkej hodnovernosti situácie môžu síce niekedy zabrzdiť prijatie objektívne platnej informácie, ale nemôžu zabrániť tomu, aby pravda zostala pravdou (pozri rámik č. 15).

2. VÝZNAM PERCEPCIE

Teoretické a praktické prístupy k zefektívneniu presvedčovacieho procesu sa v 20. storočí realizovali v podstate v troch fázach. *Prvá fáza* sa vyznačovala tým, že dôraz sa kládol na správne zostavenie správy a dôkazu. Východiskom rozboru správy sa stali štandardné učebnice logiky (predpokladalo sa, že ak sa správne formulovaná správa podloží logicky adekvátnym argumentom, presvedčovanie bude efektívne pre akékoľvek poslucháčstvo). V *druhej fáze* sa vychádzalo z moderných poznatkov kybernetiky o efektívnych podmienkach odovzdávania a prijímania informácií. Populárnym sa stal model „vysielač a prijímač“. Vysielač prijal zodpovednosť za koncipovanie svojej správy tak, aby ju mohol špecifický príjemca dekódovať bez tzv. šumov a s minimalizovaním redundancie. Pre *tretiu fázu* je príznačné, že do stredu pozornosti teoretikov presvedčovania sa dostala percepcia. Len čo psychológovia objavili obrovskú variabilitu ľudskej percepcie, presvedčovanie sa začalo „javiť ako riskantné spojenie“ persuádera a recipienta. Recipient pridáva svoj vlastný význam slovám, ktoré počuje a teda obohacuje tézu a argument svojimi vlastnými dodatkami. Myslenie člo-

Rámik č. 15 *„Čo sa hovorí“ alebo „kto to hovorí“*

Čo viac vplýva na hodnotenie určitej informácie — jej subjektívne predpokladaná hodnovernosť obsahu (čo sa hovorí) alebo jej subjektívne predpokladaná vierohodnosť zdroja (kto to hovorí)? Aby sme získali odpoveď na túto otázku, urobili sme experiment, v ktorom kontrolná skupina (tvorilo ju 79 vysokoškolákov vo veku od 20 do 26 rokov) hodnotila pravdivosť 24 krátkych výrokov, napr. „po roku 2000 budú v priemyselne vyspelých krajinách prevládať jednodetné rodiny“, „hlavnou príčinou väčšiny nervových ochorení je hluk“, „okolo roku 2000 bude už každá srdcová choroba liečiteľná“, „moderný človek už teraz získava 80 % vitamínov z tabletiek“ atď. (príloha č. 5). Každý výrok hodnotili pokusné osoby podľa stupnice:

— *úplne pravdivý (ÚP),*
— *skôr pravdivý ako nepravdivý (SP),*
— *rovnako pravdivý i nepravdivý (RN),*
— *skôr nepravdivý (SN),*
— *úplne nepravdivý (ÚN).*

Na základe získaných odpovedí sa výroky rozdelili do štyroch skupín, a to na:

A výroky — hodnotené ako veľmi nehodnoverné (p. č. 1—7, $\bar{x}$ = 2,02).

B výroky — hodnotené ako menej nehodnoverné (p. č. 8—12, $\bar{x}$ = 2,92).

C výroky — hodnotené ako menej hodnoverné (p. č. 13—17, $\bar{x}$ = 3,38).

D výroky — hodnotené ako veľmi hodnoverné (p. č. 18—24, $\bar{x}$ = 3,85).

V druhej časti výskumu sme experimentálnej skupine (tvorila ju analogická vzorka dospelých) znova predložili na ohodnotenie všetky výroky, no každý bol priradený k určitému zdroju (kto to hovorí). Zdroje sa od seba olišovali z hľadiska svojej vierohodnosti takto:

VV — vysoko vierohodný zdroj (skupina popredných vedcov vyhlásila, že . . .),

V — vierohodný zdroj (jeden popredný vedec vyhlásil, že . . .),

N — nevierohodný zdroj (iba menšia časť náhodne opýtaných vyhlásila, že . . .),

VN — veľmi nevierohodný zdroj (iba jeden z náhodne opýtaných vyhlásil, že . . .).

Zdroje a výroky boli k sebe priraďované protikladne, teda vysoko vierohodný zdroj (VV) bol priradený ku skupine A výrokov, ktoré boli kontrolnou vzorkou hodnotené ako veľmi nehodnoverné. Zdroj V bol priradený k B výrokom, zdroj N k C výrokom a zdroj VN k D výrokom.

pokračovanie rámika č. 15

Priradenie vysoko vierohodného zdroja k vysoko nehodnoverným výrokom viedlo k zvýšeniu ich hodnovernosti z 2,02 na 2,37.

Pričlenenie vierohodného zdroja k menej nehodnoverným výrokom v podstate neviedlo k zmene hodnotenia výrokov (z 2,86 na 2,92).

Priradenie nevierohodného zdroja k menej hodnoverným výrokom viedlo k zníženiu ich hodnovernosti z 3,38 na 2,87.

Pričlenenie vysoko nevierohodného zdroja k vysoko hodnoverným výrokom viedlo k zníženiu ich hodnovernosti z 3,85 na 3,15.

Ukázalo sa, že vierohodnosť zdroja spravidla nepôsobí neutrálne na ďalšie hodnotenie pravdivosti výroku. Čím je zdroj vierohodnejší, tým viac sa zvyšuje pravdivosť obsahu výroku a naopak. Vysoko vierohodný zdroj a vysoko nevierohodný zdroj však neovplyvňujú vnímanie recipienta rovnako. Silnejšie ako vysoko vierohodný pôsobí vysoko nevierohodný zdroj. Teda recipient si relatívne menej zmení

veka je determinované nielen pôsobením javov objektívnej skutočnosti, ale aj individuálnymi osobitosťami ich percepcie. Pre túto fázu je charakteristické, že poznatky logiky o racionálnych spôsoboch efektívnej argumentácie i poznatky kybernetiky o adekvátnom formulovaní správy sa vzhľadom na príjemcu naďalej uplatňujú, no začínajú sa stále viac skúmať aj subjektívne osobitosti percepcie persuádera a recipienta.

V ostatných rokoch sa však začala otázka percepcie preceňovať (najmä niektorými autormi na Západe). Keďže „percepcia" je zmysel, odpoveď príjemcu zahrnuje skôr to, čomu verí, ako to, čo je pravda (B r e m b e c k, 1976, s. 176). V presvedčovacej komunikácii teda nie je dôležitý aktuálny, ale vnímavý charakter niečoho (T h o m p s o n, 1975, s. 72). Od takéhoto chápania presvedčovania je však už len krok k manipulovaniu s mienkou a postojmi ľudí, pretože skreslenú percepciu objektívnej skutočnosti možno u človeka navodiť aj zámerne.*

---

* Roku 1958 vzbudila vo Francúzsku pozornosť publikácia autorov P e r e l m a n a a O l b r e c h t a - T y t e c a Rhétorique Traite de L'argumentation. Keď roku 1969 vyšla v USA pod názvom The New Rhétoric, vyvolala podobný ohlas. Kniha obsahovala netradičný pohľad na podstatu presvedčovacieho argumentu. Autori upozornili, že presvedčovacie argumenty majú aj svoju psychologickú stránku. Preto sa v knihe prezentoval argument ako každodenná pracovná forma komunikácie, a nie ako akademické cvičenie v logike dokazovania. Podľa autorov sa presvedčovací argument vyznačuje „flexibilnou racionálnosťou" podmienenou jednak účastníkmi a jednak situáciou presvedčovania. Z toho dôvodu „rozumnosť argumentu" neobmedzovali iba na formálnu logiku, pretože rozličnú ľudia v rozličných kultúrach majú svoje vlastné chápanie rozumnosti. Podľa autorov by sa malo rozumové zdôvodňovanie uplatňovať skôr pri utváraní kritických

svoj názor, keď zistí, že k tomu, čomu iba veľmi málo veril, sa hlási nejaký vysoko vierohodný zdroj. Naproti tomu relatívne zjavnejšie začne pochybovať, keď zistí, že to, čo sám veľmi uznáva, uznáva iba nejaká veľmi málo vierohodná osoba.

Ak má však subjekt do činenia s výrokmi, ktorých obsah hodnotil ako menej nehodnoverný, takmer nedá sa ovplyvniť vierohodným zdrojom.

Z experimentu vyplýva, že viac ako zdroj vplýva na hodnotenie výroku jeho obsah. Zdroj iba modifikuje stupeň pôvodného hodnotenia výroku, no nemôže spôsobiť, aby človek iba pod jeho vplyvom dosiaľ pre neho nepravdivý obsah hodnotil ako pravdivý a naopak. Poukazuje na to aj korelačný koeficient medzi kontrolným a experimentálnym súborom ($r_s = 0{,}62$; $P < 0{,}01$).

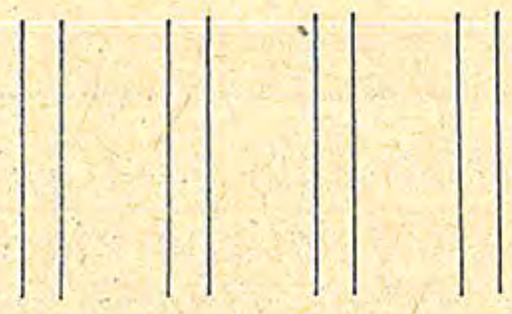
Celkom odlišne pristupujú k problematike percepcie správy vo svojich prácach psychológovia socialistických krajín (Hiebsch, Vorwerg, Bodalev, Nakonečný, Křivohlavý a ďalší). Aj v ich prácach sa analyzujú rozličné individuálne osobitosti skresleného vnímania toho istého javu. Tieto osobitosti sa však neriešia ako východisko ovplyvňovania ale iba ako skutočnosť, s ktorou treba pri ovplyvňovaní človeka človekom nielen počítať, ale ju aj v záujme čo najpresnejšieho chápania objektívnej reality vhodne prekonávať.

VNÍMANIE PREDMETOV A MYŠLIENOK

Aj keď je logická správnosť alebo pravdivosť myšlienky jedným z nevyhnutných predpokladov úspešnosti ovplyvňovania, sama osebe je nedostatočná. Veľa závisí od toho, ako sa správa vníma, a to nielen presvedčovateľom, ale najmä presvedčovaným. Stáva sa, že ani najpravdivejšie a logicky najsprávnejšie zostavené správy nemusia byť akceptované. Sú však aj opačné prípady, keď sa ľudia nechajú presvedčiť aj o nepravdách, ktorých obsah odporuje logike zdravého rozumu, a to len preto, že presvedčovateľ náhodne využil, resp. zámerne zneužil príslušné poznatky o podmienkach vzniku skreslenej percepcie.

I keď presvedčovateľ (zdroj) vychádza z obsahu správy, jej prezentovanie sa musí diať z hľadiska zamýšľaného príjemcu. Treba si uvedomiť, že význam slov a gest ne-

úvah o charakteristike individuality presvedčovaného a o možnostiach uspokojovania jeho potrieb. Kladom knihy je, že vystihla obmedzenosť iba logických analýz presvedčovacieho argumentu. Jej nedostatkom je, že nepostihla podstatu dôkazu v presvedčovacom procese, a preto vyústila do pragmatického chápania zdôvodňovacieho procesu, ktoré utvára reálne nebezpečenstvo jeho zneužívania, najmä v podmienkach triednej spoločnosti.



Obr. 9. *Priamky ležiace bližšie pri sebe vnímame ako priamky patriace k sebe*

spočíva iba v používaní symbolov, ale aj v ich osobnom počutí a videní. Persuáder, ktorý si myslí, že je dôležité len to, aby správa bola jasná, no jej podanie je už ľubovoľnou záležitosťou, si nemôže byť skoro nikdy istý príjemcovou interpretáciou. Čo je logické pre jedného človeka, nemusí byť hneď percipované ako logické druhým človekom. Musíme si uvedomiť, že príjemca preberá správu cez vlastný filtrový systém (skúsenosti, postoje, sklony, motívy, predsudky). Človek prijme iba takú správu, ktorá mu dovoľuje jeho vlastnú interpretáciu. V tomto zmysle je príjemca neraz presvedčený, ale to len o vlastnej interpretácii správy. Preto treba dosiahnuť, aby bola interpretácia taká, ako ju pripravoval komunikátor.

Častým faktorom skresleného vnímania je *blízkosť (proximita).* Z vnímania predmetov je známe, že už fyzikálnym približovaním jedného objektu k druhému sa môže viac či menej meniť aj percepcia objektov (obr. 9). Ak napríklad človek cestuje s neznámymi ľuďmi, spočiatku sa mu zdajú všetci spolucestujúci odlišní. Neskôr však na základe princípu blízkosti bude aj náhodne spolusediace alebo bližšie pri sebe sediace osoby vnímať ako osoby patriace k sebe. Toto platí do určitej miery aj o myšlienkach. Významová percepcia novej myšlienky závisí aj od toho, do akého myšlienkového rámca je začlenená. Približovanie alebo vzďaľovanie nielen objektov a osôb, ale aj myšlienok môže spôsobiť, že recipient im bude pri vnímaní pripisovať celkom odlišné významy. Napríklad od začlenenia myšlienky do sociálneho kontextu poslucháčov môže niekedy závisieť, či budú aj dobročinnosť chápať v zmysle socialistického humanizmu alebo iba v zmysle filantropizmu.

Iným faktorom skreslenia vnímania je *príbuznosť (familiárnosť).* Pochopiť nové objekty v procese vnímania znamená priradiť ich k tým, ktoré sú im nejako príbuzné. Je isté, že úplne vzdialené javy sa môžu veľmi ťažko dostať do jedného významového rámca. Obratný presvedčovateľ však môže spájať rozličné elementy svojej správy s inými podobnými elementmi, ktoré sú známe recipientovi, a tak dosiahne, že ich bude vnímať ako príbuzné.

Častým faktorom skreslenia percepcie je aj *kompletizácia* vnímaných myšlienkových elementov. Viacerí ľudia majú pri vnímaní sociálnych javov sklony kompletizovať alebo zaraďovať do významových celkov či stabilných vzorcov (modelov) aj separované javy, objekty a myšlienky. Táto tendencia je neraz taká výrazná, že už pripomenutím určitých myšlienok u nich vzniká značné napätie a s ním spojená tendencia kompletizovať počuté alebo videné. Na základe kompletizácie neúplných myšlienok vznikajú rozličné sebaklamy, predsudky a povery. Teda samo izolované tvrdenie, ktoré by človek spravidla pre jeho faktografickú neúplnosť a logickú nesprávnosť takmer nikdy ne-

prijal, je naraz náchylný akceptovať, a to len preto, že má tendenciu vnímať ho spolu s inými izolovanými tvrdeniami ako usporiadané celistvé a kompletné. Aj táto osobitosť percepcie niektorých ľudí sa často cieľavedome zneužíva v presvedčovacom procese. Nie náhodou niektorí persuáderi namiesto faktov uvádzajú chýry, namiesto všeobecnej skúsenosti príbehy a namiesto logických analýz rozličné nárážky.

Na skreslení percepcie má často podiel aj *spojitosť (kontext)* vnímaných javov. Keďže neraz vnímame veci a javy ako celok, o charaktere nejakej časti usudzujeme prostredníctvom kontextuálnych znakov. Napríklad to, či je slnečno, nezisťujeme z pohľadu na slnko, ale z pohľadu na osvetlené okolie. Teda človek má tendenciu vnímať určitý jav v súvislostiach a v spojitostiach s javmi, ktoré ho obklopujú a ktoré k nemu patria. Aj táto osobitosť vnímania, ak si ju vnímajúci neuvedomuje, spôsobuje veľa nepresnosti a odchýliek od objektívnej skutočnosti. Napríklad z pedagogickej praxe je známe, že normálne nadaný žiak sa bude v skupine podpriemerných javiť ako geniálny, a naopak normálny priemerný žiak sa bude v skupine nadpriemerných alebo starších javiť ako psychicky retardovaný. Iba objektívne skúšky, napr. prostredníctvom štandardizovaných didaktických testov, upozornia na skreslenosť takejto percepcie. Tieto skutočnosti sú dobre známe aj v presvedčovacom procese, a preto sa pri získavaní ľudí často vychádza z kontextuálnej alternatívnej otázky, napr. „je lepšie byť posledný medzi prvými alebo prvý medzi poslednými?“ Skúsený presvedčovateľ podľa toho, čo je pre jeho zámer výhodnejšie, využíva kontext prvej alebo druhej časti alternatívy.*

Nepresnosť odrazu vnímaných javov často spôsobuje *výberovosť vnímania (selektívnosť).* Táto osobitosť vnímania nie je podmienená iba objektívnymi príčinami, t. j. osobitosťou vnímaných javov (ich silou, pohyblivosťou a kontrastnosťou), ale aj subjektívnymi príčinami, ktoré súvisia s potrebami, záujmami a motívmi vnímajúceho.

Najmä *potreby* a *hodnoty* sú významným regulátorom selektívnosti vnímania. Psychologické výskumy upozorňujú, že objekt, ktorý človek potrebuje, nielen uprednostňuje v procese vnímania, ale vnímaný objekt často vidí aj tak, ako to potrebuje. Napríklad v jednom experimente videli deti malé karty zjavne väčšie, keď im ich ukazovali zároveň s podávaním sladkostí, ako keď takéto posilňovanie chýbalo (C o r r e l l, 1966, s. 286). Tieto poznatky o vnímaní možno aplikovať aj na presvedčovanie v tom zmysle, že človek, ktorý si nepotrebuje riešiť nejaký problém, nebude ani vnímavý na myšlienky a rady, ktorými sa na neho obracia presvedčovateľ. Teda ak chceme niekoho presvedčiť, problematika presvedčovania sa musí stať predmetom jeho záujmu (O k u n, 1978, s. 81).

---

* Napríklad pre niekoho je výhodnejšie, aby bol hoci aj posledný medzi prvými, keďže ešte stále patrí medzi prvých. Skúsenosti z rozličných súťaží to neustále dokazujú, aj keď to neplatí vždy. Čo asi prežíva dievča, ktoré si v nejakej skupine uvedomuje, že je posledným medzi najkrajšími?

Pomerne veľký vplyv na selektívnosť vnímania majú aj motívy (vnútorné pohnútky). Presvedčovateľ má zisťovať, čo človek sleduje a o čo sa usiluje. Ak sú tieto údaje neznáme, treba vychádzať zo základných potrieb človeka. Najsilnejšie sú tie podnety, ktoré recipientovi ukazujú, ako sa prijatím určitého presvedčenia naplňujú jeho želania. „Čo mám z toho?“, „čo z toho získam?“ — to sú otázky (či sa vyslovia, alebo nie), ktoré sa zjavujú bežne u tých, ktorých chceme presvedčiť.

Selektívnosť vnímania závisí takisto od živosti a vôbec atraktívnosti exponovaných myšlienok. Význam živých a príťažlivých rečníckych apelov je aj v tom, že vplývajú na udržanie *pozornosti*. Pozornosť je jedným z významných psychických faktorov selekcie vnímaných javov. Niektoré staršie teórie úspešnosti presvedčovania vyzdvihovali ako základnú podmienku ovplyvňovania práve pozornosť.*

Psychológovia si všimli, že ovplyvňovať možno aj pri rozdelenej pozornosti recipienta, ba takáto pozornosť sa dá dokonca zámerne využívať. Podľa Brembecka a Howella (1976) je to možné, keď sa recipientovi súčasne exponujú podnety patriace svojou povahou i obsahom do rozličných kategórií. Takýto spôsob sa darí využívať najmä v rozhlase alebo v televízii, keď sa popri príjemných podnetoch (hudba, zábava, žart, vtip) v krátkych intervaloch nenápadne exponujú rozličné reklamné apely. Ovplyvňovanie na základe rozdelenej pozornosti vychádza zo psychického mechanizmu prenosu (transferu). Predpokladá sa, že pozitívny účinok vyvolaný väčšinou podnetov exponovaných v danom čase sa prenáša aj na tie podnety, ktoré by samy osebe recipient vnímal ako neutrálne.

Nezanedbateľný vplyv na selektívnosť vnímania majú *city* a *emócie*, pretože ho môžu takisto skresľovať. Napríklad ak máme niekoho radi, často si nevšímame jeho nedostatky a máme sklon preceňovať jeho prednosti. Preto je veľmi ťažko presvedčiť napríklad milujúceho, aby vnímal aj záporné stránky svojho budúceho manželského partnera alebo rodiča, aby za zlú známku nevinil učiteľa, ale predovšetkým svoje dieťa. Rovnako však môžu pôsobiť aj záporné city. Napríklad ak sa na niekoho hneváme, alebo niekoho nenávidíme, akoby sme nechceli ani vnímať to, čo je na ňom dobré. Keďže emocionálny vzťah k percipovanému objektu zohráva takú veľkú úlohu, Furbay skúmal, či boli osoby, ktorým sa páčila forma prednesu, náchylnejšie prijať aj jeho obsah. Zistil, že tí, ktorým sa prednes páčil, boli zároveň presvedčenejší o pravdivosti jeho obsahu v porovnaní s tými, ktorým sa prednes nepáčil. Otvoreným problémom v tomto výskume však ostáva otázka, či obsah a for-

---

* Napríklad Winans (1917), ktorý pracoval v oblasti rétoriky tvrdil, že to, čo udržuje pozornosť, determinuje činnosť. Podľa neho je presvedčovanie proces uvádzania takých dát a faktov, ktoré vyvolávajú u recipienta priaznivú a nerozdelenú pozornosť. Pozornosť však nie je rozhodujúcim faktorom presvedčovania, a preto jeho úspešnosť nemožno (ako sa nesprávne domnieval Winans) redukovať iba na túto psychickú funkciu.

ma nepôsobili na poslucháčov recipročne. Mohlo sa totiž stať, že niektorým sa nepáčil prednes aj preto, lebo neboli presvedčení o pravdivosti jeho obsahu (T h o m p s o n, 1975).

Na nepresnosti vnímania môže mať vplyv aj tzv. *podprahové vnímanie*. Najmä v ostatnom čase sa v psychologickej literatúre o presvedčovaní čoraz častejšie používa termín „sublimujúca percepcia". Ide tu o možnosť ovplyvnenia za podmienok, keď sú určité podnety pôsobiace na subjekt dosť silné na to, aby podráždili bunky príslušného receptora, no sú zároveň dosť slabé na to, aby vyvolali u subjektu uvedomené vnímanie daného predmetu. Keďže v psychológii sa pripúšťa, že subjekt môže vnímať rozličné podnety, ktoré sú pod úrovňou vedomej percepcie, už v 50. rokoch (ako na to upozorňuje sovietsky psychológ R o š č i n, 1979, s. 311) sa zrodila u amerických psychológov reklamy myšlienka využiť sublimujúce vnímanie informácií na rozpracovanie metód skrytého pôsobenia na podvedomie zákazníka.*

Jav „sublimujúceho vnímania" sa však neuplatňuje iba v reklame, ale preniká aj do oblasti ideového pôsobenia na recipienta. Napríklad v príspevku H a i m a n a (T h o m p s o n, 1975) „Kto je skrytý presvedčovateľ a ako ho odlíšiť od bežného poradcu" sa poukazuje na také pofiderné techniky, ako sú apely v mene vznešených hesiel, stimuly vyvolávajúce masovú hypnózu a na reč preťaženú tým, čo poslucháči najradšej počúvajú. Skrátka ide tu o pôsobenie na periférnu oblasť vedomia, ktoré vyvoláva automatické správanie. Podľa autora sú to všetko metódy podobné dobre známym pavlovským reflexom.

Ak by sme chceli zhodnotiť možnosti a obmedzenia ovplyvňovania človeka na základe jeho podprahového vnímania, treba sa opäť vrátiť k R o š č i n o v i (1979, s. 312), ktorý v tejto súvislosti píše: „V psychologickej literatúre sa problém sublimujúceho vnímania skúma v kontexte tzv. podvedomej percepčnej ochrany proti vizuálnym stimulom, ktoré nie sú v súlade so

---

* Napríklad B a c h r a c h (1959, s. 212–215) píše o experimente, v ktorom sa použil rýchlostný kinoprojektor, umožňujúci projektovať na plátno zobrazenia rýchlosťou jednej tritisíciny sekundy. Zobrazenie, ktoré sa končilo výzvami „jedzte kukuričné vločky!" a „pite kokakolu!" sa v premietaných filmoch exponovalo každých 5 sekúnd. V i k a r i zasa robil experiment, ktorý trval 6 týždňov. Nedobrovoľnými účastníkmi experimentu sa stalo 45 000 filmových divákov. Správa z experimentu bola senzáciou — tvrdilo sa v nej, že takýmto pôsobením vzrástol predaj kukuričných vločiek na 57,7 % a predaj kokakoly na 18,1 %. V ďalších experimentoch sa však nepotvrdili možnosti vnímania informácií, prebiehajúcich takou rýchlosťou.

V USA sa dosiaľ zjavujú popularizačné práce, v ktorých sa tvrdí, že reklama aktívne využíva skrytú symboliku, ktorou sa prebúdza podvedomá úroveň psychiky. Mnohé príklady možno nájsť napr. v knihe K e y a (1972) Sublimálne zvádzanie (Sublimal Seduction). Jeden z nich hovorí, že ak sa pomaranč pokladá za symbol mladej príťažlivej ženy, potom môže zobrazenie muža lúpajúceho kôru pomaranča vyvolať v podvedomí človeka obraz vyzliekania ženy. Takýmto spôsobom sa daný obraz podvedome spája s reklamným tovarom, čo zasa podmieňuje jeho príťažlivosť.

zámermi indivídua. Najčastejšie sa vykonávajú experimenty so slovami tabu, ktoré predkladajú skúmaným na podprahovej úrovni, alebo sa nebadateľne vsúvajú do indiferentného textu. Otázka, či sa podnety takéhoto druhu vylučujú z vedomého vnímania následkom „percepčnej ochrany", zostáva zatiaľ nevyriešená; experimentálne výsledky sú protirečivé."

VNÍMANIE SEBA A DRUHÝCH

Percepcia nie je podmienená iba osobitosťami myšlienok, ale aj osobitosťami komunikujúcich jedincov. To, čo si presvedčovateľ myslí o sebe, je veľmi dôležité, ale to, čo si o ňom myslí presvedčovaný, je z hľadiska komunikácie myšlienok ešte dôležitejšie. Presvedčovateľ sa síce môže subjektívne domnievať, že má tie najlepšie predpoklady presvedčiť, ale ak ho presvedčovaný neuznáva alebo podceňuje, vyhliadky na úspešné presvedčovanie sú minimálne.

Vnímanie seba. Jedným z významných predpokladov presvedčovania je, aby presvedčovateľ poznal svoje osobné prepoklady, schopnosti a možnosti. Teda staré sokratovské heslo „poznaj sám seba" má aj dnes svoje opodstatnenie, a to najmä v persuáznom procese. Málokedy môže presvedčiť ten, kto na to nemá nijaké predpoklady. Napríklad je nepravdepodobné, že jedinec s nízkym IQ presvedčí intelektuálne nadpriemerného, alebo človek s vážnou rečovou chybou vyhrá v persuáznom procese slovný súboj s niekým, kto má rétorické nadanie.

Pretože do presvedčovacieho procesu vždy dávame celú svoju osobnosť, treba poznať nielen svoje vonkajšie charakteristické osobitosti, ale aj tie vnútorné stránky, ktoré majú význam práve pre presvedčovací proces (napríklad osobná sympatia, vierohodnosť atď.).

Žiaľ, psychologické služby nie sú ešte na takej úrovni, aby mohli každému poskytnúť v potrebnom čase dostatočne čerstvé informácie o ňom samom. Aj informácie zo sociálneho prostredia sú veľmi sporadické. Treba si totiž uvedomiť, že jedna vec je to, čo si o nás myslia iní ľudia, a druhá vec zas to, či sa to môžeme dozvedieť. Často aj existujúca spoločenská konvencia (takt), opatrníctvo alebo pretvárka spôsobujú, že aj to málo, čo sa jedinec dozvie o sebe od iných, je často jednostranné, protirečivé a neobjektívne. Významným zdrojom informácie človeka o sebe samom je jeho vlastný hodnotiaci pohľad na seba čiže *introspektácia* (z lat. introspectatio, -onis, f.). Subjektívny odraz vlastného ja sa dostáva v ostatných dvoch desaťročiach opäť do centra pozornosti psychológov. Odhaduje sa, že v rokoch 1960—1980 bolo na celom svete publikovaných niekoľko tisíc psychologických výskumov venovaných problematike „ja".

Pri introspektácii treba rozlišovať medzi ja ako subjektom činnosti (ktoré je spojené s vnímaním, sebapozorovaním, motiváciou i osobnosťou) a medzi ja ako výsledkom poznávacích činností (ktoré je vyjadrené obrazom seba, vedomím seba, vnímaním seba, sebaponímaním, konceptom seba, predstavou seba a pod.). Záujem psychológov o to, ako

si človek utvára obraz o sebe, ale najmä o to, aký obraz si o sebe utvoril, nie je náhodný. Ukázalo sa (Rubinštejn, 1961; Pardel, 1975; Marko, 1971; Jurovský, 1963; že obraz o sebe je významným regulátorom činnosti človeka i jeho správania. Keby napríklad lekár, ktorý sa pokladá za nezištného pomocníka chorých, prijal úplatok od chudáka, ktorý jeho pomoc nevyhnutne potrebuje, narušil by sa jeho obraz o sebe. Sebachápanie pracovníka, ktorý si o sebe myslí, že je spoľahlivý a dôsledný človek, oveľa viac naruší vedomie nesplnenej alebo lajdácky splnenej úlohy ako hmotný nedostatok (Kovalíková, 1968, s. 12).

Utváranie obrazu o sebe, pretože je iba subjektívnym odrazom toho, aký človek objektívne je (teda nezávisle od toho, čo si v danom momente o sebe myslí), však môže byť pomerne nepresnou informáciou. Pretože človek má spravidla tendenciu vidieť sa o niečo lepší, vylepšuje si niektoré osobnostné črty. Preto sa obraz o sebe často vyznačuje väčším či menším zakrývaním toho, čo u seba subjektívne zavrhuje, ako aj neúmerným nadsadením toho, čím si želá byť, na čo ašpiruje. Napríklad v jednom experimente, v ktorom sa používali špeciálne pripravené fotografie, Gottschaldt (1961) zistil, že hoci mali dospelé osoby možnosť vybrať si z vlastných fotografií tie, ktoré mali nulové skreslenie, nevybrali si fotografiu „najviac podobnú“, ale práve takú, kde vyzerali širší alebo zúžení. Podľa mienky výskumníkov sa aj v tomto fakte prejavuje istá ašpirácia.

Skreslený obraz o sebe skoro vždy vytvára problémy v takej forme medziľudskej komunikácie, v ktorej ide o pôsobenie alebo ovplyvňovanie človeka človekom. Napríklad pri výchovnom pôsobení nestačí, aby si ten, kto ovplyvňuje, myslel, že je sám dobre vychovaný; dobrá vychovanosť musí byť jeho objektívne existujúcou osobnostnou črtou. Z toho vyplýva, že obraz o sebe môže byť reálnym indikátorom našich presvedčovateľských možností iba vtedy, keď nebude vychádzať len zo subjektívnej ašpiračnej reflexie, teda nielen z toho, čím by sme chceli byť, ale aj z kognitívne konfrontovanej introspektácie, teda z takého pohľadu na seba, ktorý nám môže poskytnúť presnejšiu odpoveď na to, čím sme v danej etape nášho osobného vývinu, i na to, či sme v danom prípade vôbec osobnostne schopní podujať sa na presvedčovanie.

Vnímanie druhých. Je len málo oblastí medziľudskej komunikácie, kde je také dôležité vnímať správanie toho druhého ako práve pri presvedčovaní. Pretože pri presvedčovaní utvárame formulovaním téz a aplikovaním argumentov (ich prijímaním alebo odmietaním) u recipienta rozličné postoje (o ktorých nás nemusí informovať, necháva si ich pre seba), presvedčovateľ sa na základe *extrospektácie* (pozorovanie vonkajších prejavov recipienta) usiluje zrekonštruovať to, čo sa odohráva v jeho psychike. Niekedy sa presvedčovateľ dokonca usiluje na základe svojho vnímania odhaliť aj ďalšie individuálne osobitosti recipienta. Aby mohol predvídať odpo-

Rámik č. 16 *Vnímanie spokojnosti a nespokojnosti*

Podľa B o d a l e v a (1976, s. 10) sú osobitosti tvoriace vonkajší vzhľad a správanie človeka nositeľmi určitej informácie. Na základe tejto informácie ľudia posudzujú nielen rasovú a národnostnú príslušnosť, pohlavie, vek, sociálnu príslušnosť alebo kultúrnu úroveň rozvoja, ale vyvodzujú aj závery o charakterových črtách iného človeka, o jeho schopnostiach i psychickom stave, ktorý prežíva. Otázkou je, či môžu extrospektáciu uskutočňovať ľudia, ktorí nemajú psychologické vzdelanie, teda ľudia, ktorí nedisponujú potrebnou psychologickou metodikou. Môže napríklad laik na základe vonkajšieho správania svojho spolupracovníka alebo kolegu zistiť, či je spokojný, alebo nespokojný s niektorou oblasťou profesionálneho života bez toho, aby poznal mienku pozorovaného?

Na túto otázku sme hľadali odpoveď vo výskume, v ktorom sa vysokoškolskí študenti na pripravených stupniciach vyjadrovali, do akej miery boli spokojní alebo nespokojní s jednotlivými otázkami svojho študijného života (G r á c, 1973, s. 248—257). Tým istým skúmaným osobám sa potom predložil tzv. test pozorovacích schopností, v ktorom sa hovorilo:

„V tomto teste zisťujeme, do akej miery ste schopní voľným pozorovaním uhádnuť niektoré psychické osobitosti tých osôb, s ktorými ste v neustálom styku. Vašou úlohou je vybrať z prítomných osôb (okrem seba) nie viac ako 2 osoby, o ktorých si myslíte, že v porovnaní s ostatnými boli so sebou (bez ohľadu na skutočnosť) v mi-

vede recipienta, t. j. aký význam môže recipient pripisovať jeho správe, mal by poznať napríklad aj to, ako sa on sám vidí.

Prenikanie do vnútorného života druhého je síce mimoriadne náročné, no nie je neuskutočniteľné (pozri rámik č. 16).

Poznať na základe vonkajších prejavov duševný život druhého je veľmi ťažké, čo je zapríčinené viacerými faktormi. Jedným z nich je napr. *výchova.* V našej kultúre je človek už od malička vedený skôr k tomu, aby neprejavoval všetky svoje duševné stavy. Napríklad dieťa počúva často od rodičov „taký veľký a plače“, a preto sa usiluje byť niekedy veselé, aj keď mu nie je do smiechu.

„Dočítať sa“ z tváre toho druhého niečo o jeho duševnom živote je komplikované aj tým, že niekedy sa veľmi ťažko rozlišuje medzi mimickým a fyziognomickým prejavom. Je známe, že fyziognómia sa na rozdiel od mimiky týka nepohyblivých častí tváre a človek sa s fyziognómiou už rodí. Fyziognómia nie je teda indikátorom toho, čo človek v danom momente prežíva.*

---

* Je skutočne taký neprekonateľný rozdiel medzi fyziognómiou a mimikou? Ak napríklad niekoho veľmi často „stíhala smola za smolou“, odrazilo sa to aj

nulom semestri najviac nespokojné (alebo spokojné) pri osobnom vyrovnávaní sa so skutočnosťami, ktoré sú zahrnuté v otázkach:

1. Pre požiadavku zvládnuť efektívne a racionálne spôsoby individuálneho štúdia boli so sebou:

a) najviac nespokojní .....

b) najviac spokojní .....“

Nasledovalo ešte deväť takýchto otázok. Vyhodnotenie odpovedí naznačilo, že ľudia sú schopní voľným pozorovaním vonkajších prejavov odhadnúť, čo sa odohráva v psychike. No nie sú schopní odhadnúť každú kvalitu psychického prežívania. Zistili sme, že vo vedomí pozorovateľov sa zriedkavejšie registruje subjektívne prežívaná spokojnosť pozorovaných (priemery indexov zhody extrospektátora s introspektátorom sa u skúmaných pohybovali iba od 0,11 do 0,64). Možno to vysvetliť azda tým, že subjektívne prežívanou spokojnosťou sa človek u druhého človeka natoľko neprezentuje ani na druhého človeka natoľko nenaráža (ako subjektívne prežívanou nespokojnosťou). (Priemerné indexy zhody pri nespokojnosti sa u skúmaných pohybovali od 0,51 do 0,82.) Zdá sa, že ľudia sú vnímavejší na odchýlky iných vtedy, keď prežívajú nejakú skutočnosť negatívne. Pravda, ani tu sa nemôžeme domnievať, že jedine pozorovaním sa možno úplne zmocniť obsahu psychiky toho druhého. (V tom prípade by kvantitatívne údaje získané od pozorovateľov boli totožné s údajmi sebapozorovateľov a indexu zhody by mali hodnotu 1,00.)

Ďalšie obmedzenie pri pozorovaní vonkajších prejavov vyplýva z toho, že všetky psychické javy sa nedajú rovnako dobre odhadnúť zo správania jedinca. Pomerne dobre sa však darí rozlišovať emocionálne stavy človeka. Napríklad Woodworth (1938) skonštruoval stupnicu, ktorá sa skladala z týchto stupňov: 1. láska, šťastie a radosť; 2. prekvapenie; 3. strach a utrpenie; 4. hnev a rozhodnosť; 5. odpor; 6. pohŕdanie. Zistil, že posudky skúmaných, ktorým sa predkladali fotografie ľudí s týmito emóciami, sa málokedy líšili viac ako o 1 stupeň. Na druhej strane je takmer nemožné na základe mimických čŕt usudzovať na etické charakterové vlastnosti (čestnosť, spravodlivosť, pracovitosť), príp. na intelektuálne danosti a schopnosti.

Extrospektačná percepcia je jednoznačne objektívnejšia, aj keď treba pripustiť, že človek nezachytáva zovňajšok druhého úplne nezaujate.

K významným faktorom, ktoré

---

na jeho mimike (smútok, utrpenie, žiaľ a pod.). Lekári však upozorňujú, že často sa opakujúcej mimike sa prispôsobuje svalstvo tváre i pokožka. A tak to, čo bolo iba situačnou mimickou črtou, sa môže stať trvalým fyziognomickým výrazom. Človek môže mať potom na tvári výraz smútku a žiaľu aj vtedy, keď bude spokojný.

majú podiel na skreslení vnímania, patrí sám *kontext,* teda ako je jav, ktorý je objektom vnímania, spojený s iným javom, ktorý tento objekt obklopuje. Známy je psychologický pokus, v ktorom mali pokusné osoby posúdiť náladu človeka na fotografii. Pritom jeden a ten istý človek bol ukázaný raz s tvárami spoločníkov, ktoré vyjadrovali smútok, inokedy v kontexte s tvárami vyjadrujúcimi radosť a napokon úplne izolovane. Ukázalo sa, že človek bol charakterizovaný ako veselý a vtipný, alebo naopak ako pokojný a vyrovnaný podľa toho, v akom kontexte sa jeho tvár objavila.

K ďalším faktorom skresľujúcim vnímanie patrí *individuálna skúsenosť* človeka, jeho úroveň myslenia, kritickosť a pod. Veľmi výstižne to potvrdzuje aj výskum, v ktorom sa zistilo, že ak nejakým osobám (vrstovníkom, dospelým) pripisujú skúmané osoby nadriadenosť, pri výbere presnej fotografie uprednostňujú „rozširujúcu" fotografiu a pri opovržlivom vzťahu zasa „zúženú" fotografiu. V jednom experimente 10- až 16-roční mali vybrať najpodobnejšie fotografie svojich rodičov. Zistilo sa, že 10-ročné deti vyberali fotografie matky a otca z tých obrázkov, ktoré boli rozšírené, pričom fotografie s nulovým skreslením úplne zavrhovali. 16-roční však vybrali až v 80 % prípadov také fotografie matky a otca, kde bolo skreslenie nulové. Možno to vysvetliť vývinom kritického nazerania detí na svojich rodičov. Zatiaľ čo si 10-ročné deti spravidla svojich rodičov idealizujú, deti na konci pubertálneho veku pozerajú na svojich rodičov značne kriticky (B o d a l e v, 1976, s. 73).

Subjektívnosť percepcie sa zvyšuje vtedy, keď máme na základe rozličných prejavov vypozorovaných z vonkajšku človeka určiť jeho psychické osobitosti. Zistilo sa, že percepcia človeka človekom sa realizuje predovšetkým v *sociálnych dimenziách,* t. j. na druhých ľuďoch sa usilujeme rozoznať predovšetkým to, či sú priateľskí, spoločenskí (nespoločenskí), ochotní (neochotní), úctiví (neúctiví), taktní (netaktní), spravodliví (nespravodliví) atď. To znamená, že psychické vlastnosti človeka, ktoré sa viažu na intelektuálne a rozumové schopnosti a spôsobilosti, sú v bežnom spoločenskom styku v pozadí vnímania, ba navyše môže byť ich vnímanie skreslené práve na základe sociálnych vlastností. Konkrétne človeka môžeme vnímať ako inteligentnejšieho a rozumovo zbehlejšieho niekedy aj preto, že sú príťažlivé jeho sociálne vlastnosti. Na druhej strane sú prípady, keď sú veľmi schopní a pracovití jedinci nedocenení práve pre vlastnosti, ktorými sa najviac prezentujú v spoločenskom styku. Tendencia vnímania človeka predovšetkým v sociálnych dimenziách sa vysvetľuje tým, že v každodennom spoločenskom styku sú pre percipienta oveľa dôležitejšie také vlastnosti druhého človeka, ako je otvorenosť, zábavnosť, tolerantnosť, taktnosť a pod., pretože sa ho hneď a bezprostredne dotýkajú (nemôže pred nimi ujsť).

Percepcia človeka je determinovaná aj *profesionálnym zameraním.* Lekár zvyčajne vníma človeka v di-

menziách zdravý — chorý, učiteľ žiaka zasa v dimenziách vychovaný — nevychovaný atď. Vnímanie človeka ovplyvňujú i jeho predchádzajúce názory na tohto druhého. Napríklad menej dôverujeme tomu, u koho predpokladáme, že svojím tvrdením môže niečo získať.

Aj celkový etický charakter pozorovateľa významne ovplyvňuje interpersonálne vnímanie človeka. Ten, kto nemá poctivý vzťah k práci a svoju životnú kariéru buduje na korupcii, dokáže len ťažko vnímať druhých ľudí ako poctivých, čestných a spravodlivých, pretože obraz o sebe preniesol aj na druhých.

Na záver sa môžeme prikloniť ku konštatovaniu B o d a l e v a (1976, s. 90), podľa ktorého je stav rozpracovania problému vnímania i chápania človeka človekom na takej úrovni, že ešte stále čaká na svoje rozriešenie. Rozličné teórie síce zobrazili jednotlivé zložky procesu vnímania človeka človekom, ale ani jedna z nich nemôže celkom vyčerpávajúco objasniť celý proces. Pravdaže, aj to, čím v súčasnosti disponuje sociálna psychológia, si treba neustále osvojovať ako jeden z dôležitých predpokladov orientovania sa v zložitosti presvedčovacej komunikácie.

VIII.
INTENCIONALITA PERSUÁZIE

Intencionalitou (lat. intentio, -onis, f.) rozumieme zameranie ľudského úsilia na určitý cieľ. Zameranosť a cieľ sú teda základnými intencionálnymi pojmami, ktoré vzájomne veľmi úzko súvisia. Z filozofického hľadiska sa cieľ chápe ako „... myšlienková anticipácia výsledku nejakej činnosti, na dosiahnutie ktorej je táto činnosť zameraná“ (Rozental', 1977). Z etického hľadiska sa v najvšeobecnejšom zmysle slova cieľom rozumie „... predpokladaný, želaný, projektovaný výsledok konania alebo činnosti ľudí, na uskutočnenie ktorého sú zameraní“ (Kon a kol., 1978).

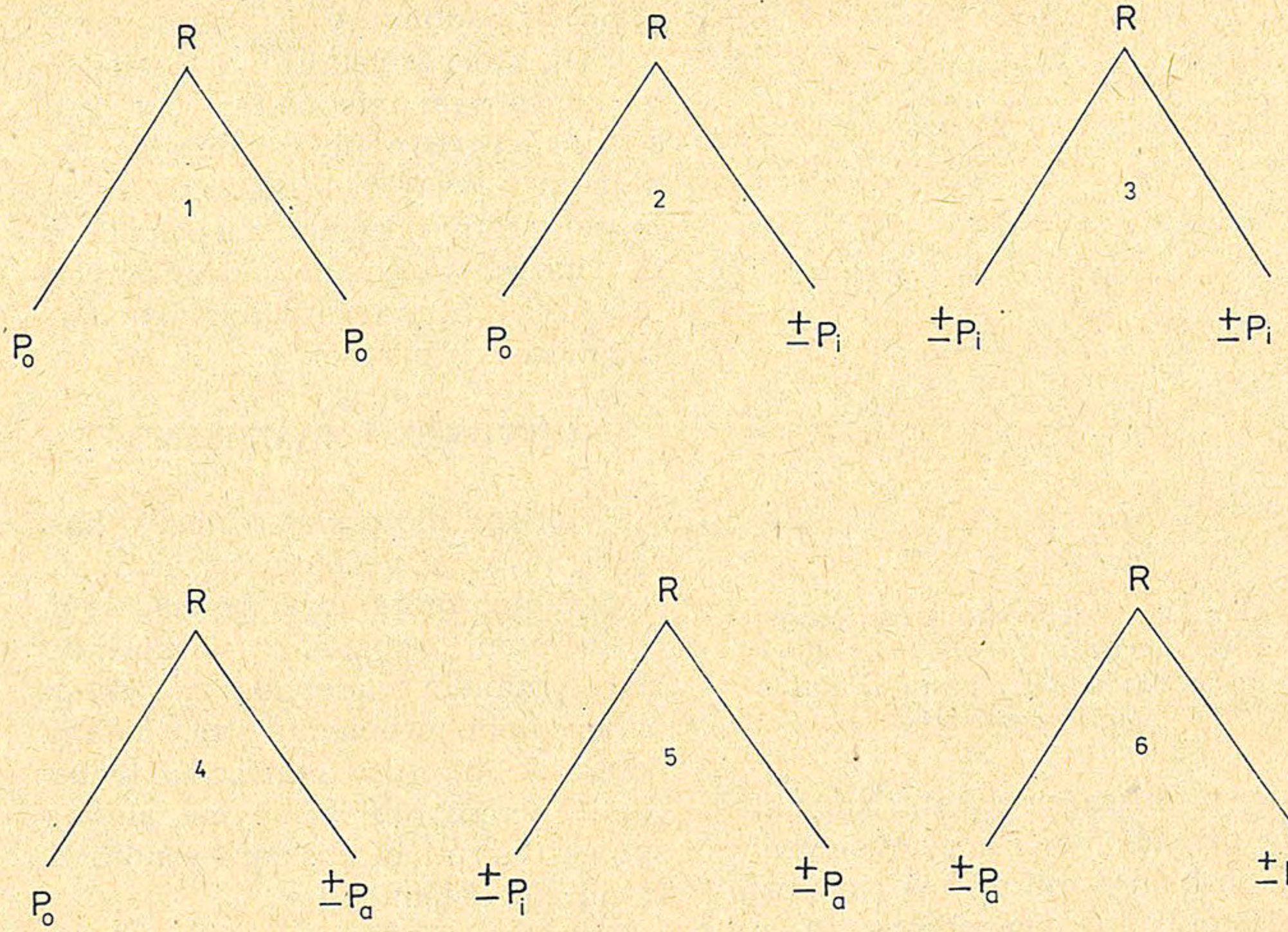
Z pojmov zameranosť a cieľ treba vychádzať pri riešení problematiky presvedčovania nielen preto, že medziľudské ovplyvňovanie má prevažne intencionálny charakter, ale najmä preto, že metóda presvedčovania patrí medzi základné výchovné metódy pôsobenia človeka na človeka.

Zameranosť a cieľ veľmi úzko súvisia s prostriedkami presvedčovania. Totiž vždy, keď uvažujeme o cieli, musíme brať do úvahy aj prostriedky. Na druhej strane nemožno ani prostriedky presvedčovania vyberať ľubovoľne bez ohľadu na cieľ, ktorý sledujeme. Pritom platí nielen to, že ten istý cieľ možno dosiahnuť rozličnými prostriedkami, ale aj to, že použitím tých istých prostriedkov sa môžu dosiahnuť rozličné ciele. Toto však neznamená, že sa dá vymedziť presná hranica medzi cieľom a prostriedkom. „Každý bližší čiastkový (reálny) cieľ možno chápať ako prostriedok na dosiahnutie cieľa (ideálneho) pri zachovaní stálej zameranosti (Rudnianski, 1962).

S problematikou intencionality persuázie sa presvedčovateľ stretá vždy, len čo sa v medziosobnej interakcii nastolí problém, ktorého riešenie chce ovplyvniť.

1. ZAMERANOSŤ PROBLÉMU

Ďalším zo základných predpokladov presvedčovania je existencia persuázneho problému. Problémom označujeme každú spornú alebo ťažko riešiteľnú, prípadne dosiaľ nevy-



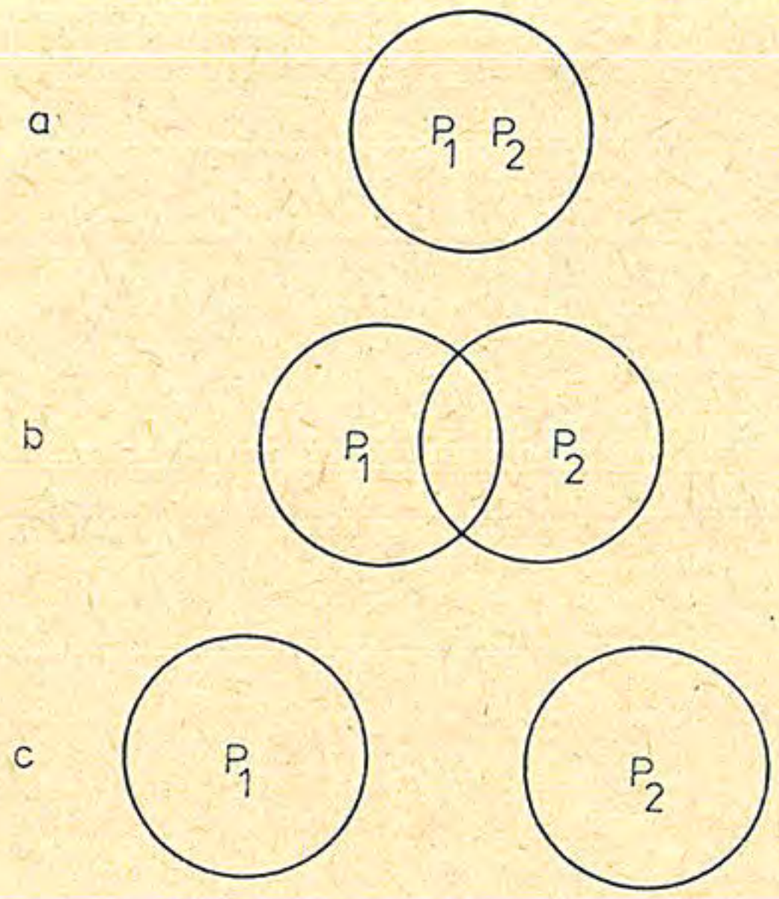
Obr. 10. *Osobitosti kognitívnej charakteristiky problému z hľadiska rozdielnosti postojov stojacich proti sebe*

riešenú otázku. Spornou sa stáva nejaká otázka vtedy, keď jedinec pochybuje o správnosti jej riešenia. O ťažkom probléme môžeme hovoriť vtedy, keď nevieme nájsť riešenie, alebo sa nevieme rozhodnúť medzi viacerými riešeniami. Tu treba pripomenúť, že problém si nemožno zamieňať s tézou. Zatiaľ čo problém je východiskom možného presvedčovania, téza je jedným z možných variantov riešenia problému.

Z hľadiska zameranosti hovoríme o problémoch vyplývajúcich 1. *z kognitívnych postojov* (týkajú sa spornych alebo protirečivých dojmov, predstáv, názorov, mienok), 2. *z emocionálnych postojov* (vzťahujú sa na sporné alebo protikladné vkusové a estetické hodnoty) a 3. *z konatívnych postojov* (odrážajú sporné alebo protikladné motivačné záujmy, snahy, túžby, želania atď.).

Intenzívnosť problémov vyplývajúcich z kognitívnych postojov (obr. 10) je podmienená osobitosťou protikladných prvkov postoja k nejakému predmetu alebo veci R (z lat. res).

Schematické zobrazenie ukazuje, že čím protikladnejšie prvky postojov sa stretnú vo vzťahu k tomu istému predmetu alebo veci (P_o — postoj nulový, indiferentný; P_i — postoj informačný kladný alebo záporný; P_a — postoj angažovaný za alebo proti), tým intenzívnejšie sa



Obr. 11. *Osobitosti konatívnej charakteristiky problému z hľadiska rozdielnosti postojov stojacich proti sebe*

môže problém prežívať. Napríklad kým pri schéme č. 1 nemusí vzniknúť problém, pretože obidva postoje sú neutrálne, pri schéme č. 6 môže ísť o veľmi intenzívny problém, pretože sa tu stretávajú dva protikladne angažované postoje.

Problémy vyplývajúce z emocionálnych postojov sú osobité tým, že sa pre svoju citovú stránku dajú veľmi ťažko riešiť presvedčovaním (de gustibus non est disputandum). Pre problémy vyplývajúce z konatívnych postojov je zasa príznačné (obr. 11), že sa tu stretávajú protikladné záujmy jednej alebo viacerých osôb bez ohľadu na to, či si želajú tú istú, alebo odlišnú vec. Obrázok ukazuje, že problém môže vzniknúť vtedy, keď si každá osoba želá to isté (A), príp. len málo odlišné (B). Problém takisto vzniká vtedy, keď si každá osoba namiesto toho, aby chcela niečo spoločné, želá niečo úplne odlišné (C).

S prípadom A sa stretávame u tých, ktorí si želajú to isté miesto v zamestnaní alebo ten istý byt, s prípadom B napr. u záhradkárov, ktorí si navzájom uberajú zo susediacej strany pozemku a s prípadom C napr. u vzájomne odcudzených mileneckých, manželských alebo súrodeneckých partnerov.

OSOBNOSTNÁ ZAMERANOSŤ

Problémy môžu mať rozličný charakter. Nie je dôležité vypočítavať, čo všetko môže byť persuáznym problémom, treba si však ujasniť, kedy problém nadobúda charakter persuázneho problému. Pri hľadaní odpovede na túto otázku sa treba riadiť nielen objektívnymi, ale aj subjektívnymi hľadiskami vzniku a trvania problému.

Objektívne hľadisko nás upozorňuje, že nie každý problém, nech by bol akokoľvek pálčivý alebo mučivý, je persuáznym problémom. Napríklad rozličné problémy, súvisiace so slabou vôľou, je vhodnejšie riešiť cvičením. Aj nežiadúce vkusové a estetické zážitky jedinca treba modifikovať skôr metódami emocionálneho ovplyvňovania ako rozumovými argumentmi. Ani u malých detí a vôbec u duševne nevyspelých jedincov nepochodíme vždy iba s trpezlivým presvedčovaním; niekedy je nevyhnutné uplatňovať dokonca metódu donucovania. Ani pacienta, ktorý objektívne prežíva telesné utrpenie a bolesť, nepresvedčíme o opaku rozličnými dômyselnými persuáznymi technikami, pretože tu sa lepšie uplatnia metodiky sugescie a autosugescie.

V protiklade k týmto prípadom možno presvedčovaním účinne reagovať na také problémy, ktorých riešenie závisí od subjektívneho uistenia sa jedinca o pravdivosti alebo nepravdivosti niečoho. Život prináša nesmierne množstvo takýchto persuázne zameraných problémov. Stretávame sa s nimi vo verejnom, rodinnom i osobnom živote človeka. K nim patria napr. otázky „či má osoba N, pretože sa tak a tak správa, predpoklady byť dobrým manželským partnerom, zamestnancom alebo funkcionárom, či je správnejšie za daných podmienok zotrvať v zamestnaní, alebo ho zmeniť, či je lepšie jedno, dve, viac detí, alebo ani jedno, či je rozumnejšie pustiť sa do stavby domu alebo chaty, alebo si za ušetrené peniaze kúpiť auto, či je vhodnejšie dať sa operovať, alebo sa liečiť konzervatívnym spôsobom atď. Spoločným znakom týchto persuáznych problémov je, že uistenosť, ktorú chce jedinec pri ich riešení získať, sa odvodzuje z logicky zdôvodnenej pravdepodobnosti výskytu nejakého javu. Keby išlo o určitosť alebo úplnú náhodnosť, nepotrebujeme presvedčovať. Preto sa nepresvedčujeme o takých určitých javoch, ako je napr. uplatňovanie matematických či gramatických pravidiel alebo o neurčitých javoch, ako je napr. vypĺňanie Športky alebo Matesa.

To, čo je svojím obsahom vhodné na presvedčovanie objektívne, nemusí byť vhodné aj subjektívne. Jednoducho, aby sme mohli presvedčovať, musí v jedincovi určitá otázka dozrieť na problém. Podľa K o v a l e v a (1967, s. 301) je základnou podmienkou presvedčovania, aby u recipienta vznikli „. . . body vnútorného kolísania alebo body, v ktorých sa najčastejšie odohráva boj vnútorných motívov (robím dobre?)“. Stáva sa to vtedy, keď jedinec začína *pochybovať* o správnosti prežívania svojho vzťahu k niečomu, alebo začína pochybovať o správnosti svojho konania vo vzťahu k niekomu.

Keď sa človeku zdá, že môže existovať aj iný optimálnejší spôsob riešenia vzťahu, svoje pochybnosti vyjadruje najčastejšie vo svojich názorových, emocionálnych alebo motivačných postojoch. Pre pochybnosť názorových postojov je príznačné, že človek v nich rieši otázku správnosti alebo nesprávnosti svojho myslenia vo vzťahu k niečomu. Napríklad otec, ktorý sa domnieva, že jeho syn je veľmi dobre vychovaný, môže jedného dňa začať pochybovať o správnosti svojich názorov. Pochybnosť emocionálnych postojov prežíva jedinec najčastejšie v podobe rozpakov. Napríklad mládenec, ktorý sa „stokrát“ vyznával pred svojím dievčaťom, že „iba ona a nijaká iná“, sa so svojím vzťahom dostáva do rozpakov zakaždým, keď stretne kolegyňu N zo susedného oddelenia. Pochybnosti v motivačných postojoch vznikajú zvyčajne vtedy, keď začína človek vo vzťahu k tomu istému javu prežívať rozdielne pohnútky. Napríklad výtržník, ktorý sa vždy správal tak, ako si to želala jeho parta, začína jedného dňa pochybovať o správnosti svojho počínania a cíti pohnútku, že sa musí spriečiť. Všetky tieto príklady potvrdzujú, že po-

chybnosť je prvým predpokladom presvedčovania. Jedinec, ktorý nepochybuje, nemá ani problémy. Preto musí presvedčovateľ v nejednom prípade u recipienta najprv pochybnosť vzbudiť a až potom ho môže začať presvedčovať.*

V súvislosti s týmto si treba uvedomiť, že pochybnosť je síce faktorom utvárania problému, no nie je vždy aj podnetom na jeho riešenie. Skúsenosti potvrdzujú, že jedinec môže zotrvať na svojich pôvodných názorových, emocionálnych alebo motivačných postojoch aj vtedy, keď o nich začal pochybovať. Sklon k riešeniu problému vzniká u jedinca spravidla až potom, keď nadobudne pochybnosť takú intenzitu, že človek začne dva protikladné postoje k tomu istému javu prežívať ako nesúlad, zrážku, spor alebo rozkol. V psychológii sa takéto intenzívne prežívanie problému označuje termínom *konflikt* (z lat. conflictus — zrážka). Všeobecne sa ním označuje stretnutie dvoch alebo viacerých úplne alebo do určitej miery vzájomne sa vylučujúcich či protichodných síl, snáh a tendencií (K ř i v o h l a v ý, 1973, s. 25).

Psychologické anamnézy upozorňujú, že mnohí ľudia žijú dlhé roky s početnými otvorenými a nevyriešenými konfliktovými problémami. Iní sa zasa usilujú svoje subjektívne neriešiteľné konflikty potlačiť, zabudnúť na ne („nepripustiť si ich"). Žiaľ, takéto „nepripúšťanie" je veľmi riskantná technika správania. Najmä v klinickej psychológii je dobre známa (označuje sa termínom represia — potlačenie), pretože má negatívne následky na človeka z hľadiska jeho psychohygieny (vznik neuróz). Napokon ani tie konfliktové problémy, ktoré si rieši človek sám, nemusia byť vždy objektívne a subjektívne vyriešené najoptimálnejšie. To všetko upozorňuje, že presvedčovateľ má pochybnosti nielen vzbudzovať, ale takisto má povinnosť vzniknuté problémy aj riešiť.

INTERPERSONÁLNA ZAMERANOSŤ

Každá z osôb zúčastnených na presvedčovacom procese predstavuje svojráznu osobnosť. Preto sa môžu aj v najjednoduchšej presvedčovacej interakcii (dyáde) zjaviť nielen rozdielne, ale aj protikladné záujmy, zámery, potreby, motívy a ciele medzi presvedčovateľom a presvedčovaným. Rozdiely a protiklady zúčastnených osôb však nie sú záporným javom. Ide len o to, či sú tieto medziosobné diferencie psychologicky vhodne formulované. Skúsenosti potvrdzujú, že subjektívne nevhodne postavený problém často zapríčiňuje, že k samému presvedčovaniu ani nedôjde, hoci sú

---

* T h o m p s o n (1975, s. 317—321) uvádza faktory, ktoré sa môžu viac alebo menej zúčastňovať na vzniku disonantného prežívania nejakej skutočnosti: 1. uviesť disonantné elementy ako dôležité pre recipienta, 2. rozvíjať kognitívnu a sociálnu podporu pre najslabší disonantný element, 3. vyvolať diskrepanciu a aplikovať aktuálne fakty na jej prehĺbenie, 4. dopriať recipientovi čas, aby mohol uvažovať o nových informáciách, ale zároveň zdôrazňovať možnosť výberu pri zdôraznení zodpovednosti recipienta za vykonanú voľbu.

Tab. 8. *Komponenty základných druhov zameranosti presvedčovacieho problému*

Orientovanosť presvedčovania	Interpersonálny vzťah	Reakcia	
		presvedčovateľ	presvedčený
Egocentrické	kto, od koho, čo	berie	dáva nedáva
Altercentrické	kto, komu, čo	dáva	berie neberie
Noscentrické	kto, s kým, čo	dáva aj berie	dáva aj berie iba berie
Neutrálne centrické	kto, s kým, o čom	ani nedáva ani neberie	ani neberie ani nedáva

všetky ostatné objektívne podmienky optimálne. (Pripomíname, že presvedčovanie je dobrovoľná interakcia dvoch ľudí.) Ak sa vo vedeckom živote zaužíval názor, že správne postavenie problému predstavuje neraz až 30 % riešenia výskumnej úlohy, potom by sme mohli o persuáznom procese bez nadsadenia konštatovať, že vhodná interpersonálna formulácia problému je často už polovičným úspechom. Vyjadriť persuázny problém tak, aby sme toho druhého neodradili od diskusie, patrí k pravidlu „vhodného začiatku“. Uplatňovanie tohto pravidla však nie je jednoduché, pretože interakcia presvedčovateľa a presvedčovaného má často prestížny charakter, a to vyvoláva u persuádera i u recipienta tendencie k rivalite. Keďže všetky persuázne problémy možno rozdeliť z hľadiska svojho zamerania na egocentrické, altercentrické, noscentrické a neutrálne centrické (tab. 8), podľa tohto delenia budeme analyzovať aj psychologické prístupy k formulovaniu problémov.

Egocentrické, t. j. na seba zamerané presvedčovanie vyjadrujeme formulou „iba ja“. Táto formula upozorňuje, že predpokladaný zisk z presvedčovania sa týka len jedného činiteľa — presvedčovateľa, zatiaľ čo úlohou druhého činiteľa — presvedčovaného je nejako napomáhať splneniu tohto cieľa. Takto jednostranne zamerané presvedčovanie psychologicky nepôsobí najlepšie a spravidla vyvoláva obranné reakcie presvedčovaného.

Aj keď je takéto presvedčovanie na prvý pohľad neatraktívne, v živote človeka nie je zriedkavé. Mnohí presvedčujú, aby upozornili na svoje práva, a preto sa s ním môžeme stretnúť práve tak v úradnom, ako aj v súkromnom živote človeka. Napríklad žiak presvedčuje učiteľa o svojich nárokoch na lepšiu známku, zamestnanec presvedčuje svojho nadriadeného o oprávnenosti platového postupu atď.

Egocentricky zameraná presvedčovacia aktivita je teda v spoločenskej interakcii ľudí celkom bežnou záležitosťou. Nemožno ju pokladať

za niečo mravne nižšie a nemorálne, pretože človek má povinnosť domáhať sa svojich práv a obhajovať si ich. Tak sa stáva, že deti akosi samozrejme hľadajú pomoc u svojich rodičov, ale aj rodičia (to však už nie je také samozrejmé) sa domáhajú pomoci u svojich detí. Tu treba povedať, že egocentricky zamerané presvedčovanie sa musí odlišovať od egoizmu. V prvom prípade ide o situačne diktovaný cieľ presvedčovateľa, logicky vyplývajúci z konkrétnych súvislostí medziľudskej interakcie. V druhom prípade však ide o charakterovú črtu, ktorá vedie jedinca k tomu, že jeho vlastný záujem je jedinou smerodajnou normou akejkoľvek aktivity.

Reakcia na egocentricky zamerané presvedčovanie môže byť kladná alebo záporná. Žiaľ, zo všetkých presvedčovacích zámerov sa končia neúspechom najčastejšie tie, ktoré vychádzajú z formuly „iba ja“. Je to preto, že nie všetky egocentricky orientované požiadavky a nároky sú oprávnené. Nešťastím mnohých presvedčovacích aktivít je, že ich účastníci si dobrovoľnosť často zamieňajú s povinnosťou. Spravidla neuspejeme, ak to, čo súvisí s dobrou vôľou a ochotou recipienta, degradujeme iba na jeho povinnosť.

Poľský psychológ Garczyński (1968, s. 97) upozorňuje na dvanásť nevhodných úvodov, ktoré majú za následok zvyčajne opačné reakcie:

1. obvinenie (to pre teba);
2. nespravodlivé výčitky (ty sa vôbec o nič nestaráš);
3. spomínanie niečoho, čo sa už nedá napraviť (ako si mohol byť taký ľahostajný);
4. tvrdošijné chytanie za slovo;
5. hádanie sa pre hocičo;
6. prchkosť v reči;
7. absolútne zapamätanie všetkých chýb a zakopnutí druhého;
8. prichytenie pri klamstve;
9. útočné a zádrapčivé otázky, na ktoré sa nedá odpovedať (prečo ty nikdy nič poriadne neurobíš);
10. pedantnosť, ktorej cieľom nie je ani tak riešenie problému, ako zlostenie druhých;
11. žarty na cudzí účet, spôsobovanie bolesti, hoci aj nechtiac, a úsmešky z cudzieho pokĺznutia;
12. znervózňovanie.

Altercentrické, t. j. na druhého zamerané presvedčovanie možno vyjadriť formulou „iba ty“. Z hľadiska zisku tu ide opäť o jednostranne orientované presvedčovanie, ktoré sa však od predchádzajúceho líši tým, že sa uskutočňuje v prospech presvedčovaného.

Realizovanie altercentrického presvedčovania v podstatnej miere závisí od presvedčovateľa, t. j. od jeho ochoty angažovať sa za dobro druhého. Nie náhodou si vyžaduje také ľudské vlastnosti, ako je priateľstvo, láska, dobroprajnosť, žičlivosť atď. Z etického hľadiska je predpokladom altercentrického presvedčovania altruizmus presvedčovateľa.*

Altruizmom (z lat. altrui — ten druhý) sa rozumie také správanie a konanie človeka, ktoré rešpektuje vždy záujmy toho druhého. Nie náhodou sa vysoko vyzdvihuje pri for-

---

* Křivohlavý (1977, s. 175) dáva altruizmus do súvislosti s tým, čo sa vo francúzštine nazýva „generosité“ (šľachetnosť, veľkodušnosť). Od tohto pojmu odlišuje pro-existenciu ako ochotu pomôcť druhému človeku i za cenu vlastnej škody. Tento termín sa doslova vyjadruje výrazom „byť pre druhého“.

movaní medziľudských vzťahov v socialistickej spoločnosti.

Výskyt jednostranného altruistického presvedčenia je častejší, ako by sme sa mohli domnievať. Nevyskytuje sa len v prvotných spontánne vznikajúcich skupinách, napr. v dyadických vzťahoch priateľov, manželov, rodičov, ale aj v druhotne organizovaných vzťahoch, napr. vo vzťahoch učiteľ — žiak, lekár — pacient, verejný pracovník — občan a pod.

Reakcia na altercentricky orientované presvedčovanie nie je vždy (akoby sa dalo očakávať) len kladná. Odmietanie žičlivosti od toho druhého má viaceré objektívne i subjektívne príčiny. K objektívnym príčinám patrí fakt, že nie každá žičlivosť je skutočnou žičlivosťou. Mnohí dávajú niekedy iba preto, aby mohli neskôr brať. Ešte zložitejšie sú subjektívne príčiny odmietania altercentrického presvedčovania. Napríklad K ř i v o h l a v ý (1977, s. 64) upozorňuje, že inak sa prijíma pomoc od priateľa a inak pomoc, ktorú poskytuje nepriateľ. Jeho výskumy ukázali, že pomoc sa oveľa častejšie prijíma, ak prichádza od bývalého priateľa, ako keď je poskytovaná bývalým súperom, rivalom alebo nepriateľom. Preto autor konštatuje, že „prijať pomoc od nepriateľa nie je také ľahké . . .“. Niekedy míňa žičlivosť toho druhého cieľ aj preto, lebo to, čo je hodnotou pre osobu A, nemusí byť hodnotou aj pre osobu B.

Noscentrické presvedčovanie možno vyjadriť formulou „aj ja — aj ty“. Formula naznačuje, že sa tu rieši nejaký problém na základe kooperácie, čiže spolupráce riešiteľov. Pre kooperáciu je príznačná spoločná investícia a spoločný zisk. Podľa Z a j o n c a (K ř i v o h l a v ý, 1977) „o kooperáciu ide tam, kde to, čo robí osoba A, je zároveň dobrodením (benefícia) pre ňu samu i pre druhú osobu (B), a kde takisto to, čo robí osoba B, je dobrodením tak pre ňu samu, ako aj pre osobu A“. Etickým základom kooperácie je dôvera. Podľa D e u t s c h a (1969) „človek, ktorý sa vyznačuje dôverou, vidí konflikt ako spoločný problém, ako našu vec a nie ako moju ťažkosť, v ktorej máš ty takisto úlohu. Vidí zároveň aj spoločný záujem (náš záujem) a uznáva legimitu tak vlastného, ako aj partnerovho záujmu (nevidí iba svoj vlastný záujem)“. Dôvera je teda vierou, že aj ja, aj ty — my obidvaja sa prikloníme k tomu riešeniu, ktoré nás môže obidvoch relatívne najlepšie uspokojiť.

Význam kooperatívne orientovaného presvedčovania potvrdzuje aj skutočnosť, že vynikajúci persuáderi si pred presvedčovaním dávajú najprv otázku, či by sa problém nedal riešiť z hľadiska noscentricky zameraného presvedčovania. Napríklad aj pôvodne egocentricky orientované presvedčovanie možno zmeniť na noscentrické, ak nebude presvedčovateľ hľadieť iba na seba, ale ukáže, ako jeho záujem súvisí so záujmom presvedčovaného. Preto nie je náhodné, že vychovávateľ sa domáha spolupráce s vychovávaným, lekár spolupracuje s pacientom a pod. Z tohto hľadiska nemusí mať formula „dnes ja tebe, zajtra ty mne“ vždy iba pejoratívny podtón.

Pravda, nie každé (aj to eticky

Problém	Kooperatívne orientovaný človek	Súperivo orientovaný človek
1. Videnie problému:	obojstranné	jednostranné (len moje)
2. Videnie ťažkostí:	vlastnej i druhej strany	len vlastné (súperovi to nič nerobí)
3. Oprávnenosť požiadaviek je videná:	na obidvoch stranách	len na mojej vlastnej
4. Hľadanie riešenia vyhovuje:	obidvom stranám	mne (do druhej strany ma nič nie je)
5. Úsilie, rozsah konfliktu:	zmenšovať (ide o nepodstatné vedľajšie detaily)	zväčšovať, (ide o podstatné hlavné princípy)
6. Úsilie vidieť		
a) vlastnú silu:	menšiu	väčšiu a preceňovať ju
b) silu súpera:	väčšiu	menšiu a podceňovať ju
7. Zameranie:	sociálne (na veci obidvoch strán)	egoistické (len na vlastné veci)
8. Malý vlastný ústupok videný ako:	nepodstatný	principiálne neprípustný
9. Malý súperov ústupok videný ako:	prejav úsilia o riešenie	ako veľká porážka a náznak víťazstva
10. Úsilie o posilnenie pozícií:	obidvoch strán	len vlastnej strany
11. Deľba práce:	bežná	neprichádza do úvahy

najušľachtilejšie orientované kooperatívne presvedčovanie) sa stretáva s porozumením. Niektorí jedinci odpovedajú na podanú ruku napr. súperivým (rivalitným) spôsobom. Vychádzajú z toho, že presvedčovanie nevyhnutne predpokladá víťaza a porazeného, a preto sa usilujú utvoriť taký vzťah, kde to, čo jeden získava, druhý stráca. Veľmi výstižnú charakteristiku toho, ako rozdielne sa kooperatívni a súperiví ľudia môžu správať v rozličných situáciách urobil Deutsch (In: Janoušek, J.: Experimental Social Psychology. Praque, 1969, s. 249—262).

Aj keď sa súperiví jedinci nemusia pri všetkých persuáznych problémoch správať vždy takto, predsa uvedené charakteristiky upozorňujú, že kooperatívne presvedčovanie, ktoré vychádza z formuly „aj ja — aj ty“, sa niekedy veľmi ťažko realizuje, najmä ak má jeden (alebo dokonca obidvaja) rivalitné tendencie.

Keďže súperivosť a rivalita sú zápornou osobnostnou charakteristikou, je zaujímavé zistiť, čím sú tieto charakteristiky podmienené (napr. vekom alebo pohlavím). Experimenty McClintoca a Messicka (1967) ukázali, že vek zohráva pri prejavoch súperivosti pomerne veľkú rolu. Napríklad pri pokusoch na tzv. výplatných maticiach sa ukázalo, že staršie deti (11—12-ročné) volili zjavne častejšie súperivosť ako deti mladšie (7—8-ročné). Keďže sa v podstate nezistili rozdielne výsledky výskumov detí v rozličných kultúrach, autori formulovali jedno-

značný záver, že od vstupu do základnej školy až po jej ukončenie sa celkom zreteľne znižuje ochota spolupracovať pri riešení takých situácií, ktoré dávajú všetky predpoklady na realizovanie spolupráce na základe obojstranného úžitku. Na druhej strane sa zistilo, že čím staršie boli dospelé pokusné osoby, tým väčšia bola ochota k spolupráci.

Ukázalo sa, že aj pohlavné rozdiely sa dosť výrazne zúčastňujú na tom, či má človek tendenciu spolupracovať, alebo súperiť. Napríklad K ř i v o h l a v ý (1973), opierajúc sa o výskum R a p p o r t a, konštatuje, že muži odpovedali celkove častejšie kooperatívnou voľbou na predchádzajúcu kooperatívnu voľbu partnera ako súperivo na súperivú voľbu partnera. Skôr sa nechali strhnúť prejavom spolupráce ako prejavom súperenia z druhej strany. U žien to bolo naopak: častejšie odpovedali súperivou voľbou na predchádzajúci súperivý prejav svojej partnerky ako kooperatívnou voľbou na predchádzajúcu spoluprácu. Možno teda povedať, že muž pritiahne druhého muža k spolupráci skôr ako žena ženu. So súperením je to však naopak. Žena skôr pritiahne ženu k súpereniu ako muž muža. Na druhej strane ženy vstupovali do vzájomného vzťahu s oveľa kooperatívnejším postojom ako muži. Žena, podávajúca jednostranne partnerke ruku k spolupráci, neochabla zasa tak ľahko ako muž. Teda ženy mali väčšiu výdrž v „podávaní ruky“ k spolupráci ako muži. Muži zas mali menšiu výdrž v „trucovaní“ a „bránení sa“ kooperácii.

Krajne vystupňovaný rivalizmus speje nielen k odmietaniu kooperatívneho riešenia problému, ale vyúsťuje neraz aj do hádok, ohovárania, urážok, osočovania, zhadzovania a potupovania partnera. Iba na pozadí takýchto nežiadúcich osobnostných čŕt si možno vysvetliť prípady, keď presvedčovaný odmieta zisk len preto, aby nemohol získať nič ani jeho partner („nech mám menej, len keď ty máš ešte menej“).

Tam, kde sa nedarí uplatňovať kooperatívne formy, odporúča sa vychádzať z *neutrálne centrického* presvedčovania, čiže presvedčovania neosobne orientovaného, ktoré možno vyjadriť formulou „ani ja — ani ty“. Jeho osobitosťou je, že problém sa formuluje odosobnene tak, aby sa výsledky jeho riešenia priamo netýkali ani jednej diskutujúcej strany. To umožňuje zúčastneným osobám uvažovať o probléme akoby „o sebe“, teda bez väčšej zainteresovanosti na osobne želanom výsledku riešenia. Nie je tu dôležité to, kto čo chce, ale to, ako sa pertraktovaný problém objektívne javí. Človek sa tak pri riešení problému neriadi svojimi záujmami, ale skôr tým, čo nazývame zákonmi správneho myslenia. Práve preto je neosobne orientované formulovanie problému vhodné uplatňovať všade tam, kde môže presvedčovateľ predpokladať u recipienta rivalitné alebo súperivé tendencie.

Neosobne formulované problémy nemusia mať iba charakter neutrálnych otázok („sú živé bytosti na iných planétach?“) alebo charakter iba vecných otázok („je potrebné neustále sa vzdelávať?“, „možno sa v živote zaobísť bez klamania?“). Takto sa však môžu riešiť aj veľmi zložité medziľudské vzťahy, a to za

predpokladu, 1. že sa budú týkať iba tretích osôb, napr. „on a iní“ alebo „oni a ostatní“; 2. že diskutujúce osoby nebudú k týmto tretím osobám v nejakom osobnom vzťahu, napr. z hľadiska členstva v primárnych alebo referenčných skupinách. Osobitosťou všetkých typov takto orientovaných otázok je, že individuálne potreby, názory, postoje a motívy sa musia najprv preniesť do mimoosobnej všeobecnej roviny. Majstrom neosobného formulovania otázok v polemikách bol Sokrates. Práve jeho príklad ukazuje, že neosobné formulovanie problémov môže byť akousi „ouvertúrou“ alebo prípravnou fázou vlastného presvedčovacieho procesu bez ohľadu na to, či je ego-, alter- alebo noscentricky orientované.

Reakcia na neutrálne centrické formulovanie problému môže byť pozitívna, keď jedinec pristúpi na riešenie problému (v tom sú už prvé zárodky kooperatívnosti), alebo negatívna, keď jedinec odmieta o probléme uvažovať (stáva sa to vtedy, keď problém človeka nezaujíma). To signalizuje, že nijaký problém (nech by bol akokoľvek neosobne formulovaný) nemôže človek úplne odosobnene riešiť. Každý presvedčovaný je „dieťaťom svojej doby“, príslušníkom svojej triedy, nositeľom takých alebo onakých dispozícií, vlôh, výchovy a vzdelania, a preto môžu aj pri neosobne formulovaných problémoch vznikať väčšie alebo menšie tendencie k osobne zaujatému riešeniu.

*

Uviedli sme niektoré psychologické prístupy k riešeniu otázky zameranosti persuázneho problému. Ukázalo sa, že uplatňovanie pravidla „vhodného začiatku“ viedlo k aplikácii rozličných sociálnopsychologických poznatkov do presvedčovacieho procesu. V súvislosti s tým, čo sme povedali, však treba konštatovať, že takéto psychologické riešenia sú neúplné. Nesmieme zabúdať, že celý obsah persuázneho problému sa jednoducho nedá zredukovať iba na kooperatívny výraz „aj ja — aj ty“. Treba si uvedomiť, že kooperácia nie je cieľom, ale iba prostriedkom presvedčovania. Keďže cieľom presvedčovania je uistiť človeka o pravdivosti idey alebo myšlienky, bolo by nesprávne domnievať sa, že kooperatívne presvedčovanie je kompromisné chápanie pravdy. Ak platí, že pravda je zhoda našich myšlienok s objektívnou skutočnosťou, potom kooperáciu v presvedčovacom procese nemožno chápať ako dohodu o pravde. V skutočnosti môže byť kooperatívny iba spôsob hľadania, ale nie spôsob chápania pravdy. Teda kooperujeme tým, že si vzhľadom na rozdielne osobné skúsenosti vzájomne pomáhame dopracovať sa k pravde, ale nie tým, že si pravdu navzájom prispôsobujeme, príp. sa dohodneme na polopravde.

2. CIEĽ PRESVEDČOVANIA

Čím je problém medziľudského ovplyvňovania zložitejší, tým je požiadavka objasnenia zámeru či cieľa tohto procesu naliehavejšia. Pretože pri akomkoľvek presvedčovaní je stanovenie cieľa nevyhnutné, niektorí autori pokladajú práve túto

skutočnosť za znak, pomocou ktorého možno presvedčovanie odlíšiť od iných diskusných foriem medziľudskej komunikácie. Napríklad podľa Brembecka (1976, s. 10—11 a 77) je presvedčovanie forma diskusie, ktorá sa pokúša modifikovať recipientove postoje alebo správanie v nejakom, vopred určenom smere. Na opodstatnenú námietku, že podľa takéhoto vymedzenia by sa mohla akákoľvek diskusia zameraná na zmenu správania pokladať za presvedčovanie, autor odpovedal, že indikátorom na rozlíšenie presvedčovania od iných foriem diskusie je vedomý zámer rečníka. Aj keď je toto vymedzenie z psychologického hľadiska značne povrchné a neúplné, predsa prístup k presvedčovaniu ako zámernému, čiže cieľavedomému procesu je jeho pozitívnou stránkou.

Požiadavka pristupovať k akémukoľvek persuáznemu problému s primerane sformulovaným cieľom má viaceré zdôvodnenia, z ktorých vyzdvihujeme tri základné.

1. Jasne stanovený cieľ presvedčovania umožňuje persuáderovi vyhľadávať a uplatňovať primerané a precízne sformulované argumenty. Na otázku, čo sú to adekvátne argumenty presvedčovania, nám odpovedá Okun (1978, s. 88), podľa ktorého je cieľom argumentácie a) dokázať pravdivosť tvrdenia a vytvoriť istotu, b) zdôvodniť, prečo je prijatie persuáznej správy v záujme recipienta, c) ukázať, aké možnosti vedomého správania z akceptovanej správy pre recipienta vyplývajú.

2. Primerane sformulovaný cieľ presvedčovania je predpokladom, aby sa v slede komunikovaných informácií neodbočovalo na vedľajšie (aj keď neraz zaujímavé a podnetné) a so zámerom presvedčovania nesúvisiace skutočnosti. Zámer presvedčovania sa spravidla stráca v podmienkach rivalitnej a súperivej komunikácie. Pre súperivého presvedčovateľa je totiž typické, že v záujme presadenia svojej dominancie uprednostňuje skôr to, čím nad druhým víťazí, ako to, čím ho získava. Je to teda opäť cieľ, ktorý persuáderovi pripomína, aby v zápale argumentovania viac myslel na zámer presvedčovania ako na osobnú prestíž.

3. Starostlivo pripravovaný cieľ je predpokladom, že presvedčovateľ nebude komunikovať s recipientom iba na podklade „stimul — odpoveďového efektu“, ale aj na podklade „spätnoväzbového efektu“. Presvedčovacia komunikácia na báze „stimul — odpoveďového efektu“ je *prípadová (situačná)*, pretože sa pri nej reaguje na izolovaný obsah práve vyjadrených myšlienok recipienta. Komunikácia na báze „spätnoväzbového efektu“ sa označuje ako *programová*, pretože sa pri nej nereaguje iba z pozície toho, čo práve teraz recipient povedal, ale aj z pozície toho, ako to, čo teraz a dosiaľ povedal, súvisí s očakávaným zámerom presvedčovania. Teda spätná väzba sa môže naplno uplatniť iba vtedy, keď persuáder v každom okamihu komunikácie interpretuje počuté so zámerom alebo cieľom presvedčovania.

ŠPECIFIKÁCIA CIEĽA

Pri presvedčovaní nestačí vedieť iba to, čo daným cieľom sledujeme,

ale treba vedieť aj to, ako cieľ súvisí s vnútornými podmienkami recipienta. Pretože pri presvedčovaní sú vnútorné podmienky recipienta charakterizované predovšetkým jeho postojmi, akékoľvek úspešné pôsobenie v tomto smere si vyžaduje, aby sa ciele špecifikovali aj vo vzťahu k postojovej sfére recipienta. Pritom máme na mysli nielen kompozíciu jestvujúcich postojov, ich intenzitu a pozíciu, ale aj ich funkčnú začlenenosť.

Napríklad v súvislosti so špecifikáciou cieľa treba vedieť, *či budeme chcieť u recipienta dosiahnuť zmenu, ktorá sa bude týkať iba intenzifikácie daného postoja, alebo sa budeme usilovať aj o presun jeho pozície, príp. o utvorenie celkom nového postoja.* Pri intenzifikácii jestvujúceho postoja (bez modifikovania jeho pozície na postojovej škále) ide o zmenu mierneho akceptovania k úplnému akceptovaniu alebo o zmenu úplného odmietania k miernemu odmietaniu a opačne. Pri aktuálnej zmene postojovej pozície ide o presun postoja od úplného akceptovania alebo odmietania k neutralite alebo o zmenu znamienka postoja, keď sa kladný postoj modifikuje na záporný a naopak. S utváraním nového postoja sa stretávame vtedy, keď formujeme úplne nové stanovisko recipienta bez potreby modifikovať nejaký nový postoj. Takéto prípady sú však v praxi pomerne zriedkavé, pretože človek zaujíma vždy nejaké stanovisko k okolitým javom. Aj postoj indiferentnosti k novým javom je už určitým postojom.

Skutočnosť, že niektorý postoj zaujíma na postojovej škále rozličné miesto (od extrémne priaznivého až po extrémne nepriaznivý), znamená, že persuáder musí byť veľmi opatrný nielen pri vytyčovaní cieľa, ale aj pri hodnotení dosiahnutého úspechu. To, čo sa neraz zdá ako úspešné presvedčovanie, môže byť jednoducho výhodou vyplývajúcou z toho, že postoj recipienta sa nachádzal na postojovej škále blízko želateľného cieľa alebo aspoň v neutrálnom bode. Na druhej strane to, čo sa niekedy prejaví ako vyslovený neúspech (pretože sa nezaznamenal zjavný posun postoja), môže byť solídnym úspechom, ak sa napr. presvedčovateľovi podarilo pôvodný interpersonálny konflikt postojov zmeniť na intrapersonálny konflikt recipienta. Pripomeňme si, že intrapersonálny konflikt recipienta, čiže konflikt s vlastným postojom, je prvým a niekedy veľmi ťažko dosiahnuteľným predpokladom postojových zmien.

Ktorý komponent postoja treba v priebehu presvedčovania zmeniť? Celkom iné úlohy stoja pred presvedčovateľom, keď sa stretne s kognitívne utvorenými postojmi a keď má pôsobiť na postoje afektívneho charakteru. Kognitívne utvorené postoje sa ovplyvňujú ľahšie logickou argumentáciou, afektívne podmienené postoje zasa vzdorujú rozumovej argumentácii.

Ďalšou otázkou je, *akej funkcii sú u recipienta podriadené postoje,* ktoré treba zmeniť. Je známe, že postoje možno klasifikovať podľa toho, na čo slúžia a akú majú funkciu. Napríklad určité postoje si jedinec utvoril preto, lebo mu pomáhajú prispôsobiť sa sociálnym podmienkam skupiny. Iné postoje môžu

mať obrannú funkciu a ďalšie sa formujú na základe hodnotovej orientácie alebo poznania. Niektoré postoje si jedinec utvára pod vplyvom sociálnych podmienok.

Z toho vyplýva, že pri presvedčovaní nebojujeme iba „za niečo", ale zároveň aj „proti niečomu". Utvorením alebo *ziskom* nového postoja sa môže teda oslabovať niektorý z pôvodných postojov. Keďže tento pôvodný postoj plnil z hľadiska celkového životného zamerania jedinca určitú špecifickú funkciu (človek si neutvára postoje iba pre postoje), oslabenie pôvodného postoja môže recipient prežívať ako určitú psychickú ujmu. Či jedinec prežíva túto skutočnosť ako stratu, alebo zisk, v podstatnej miere ovplyvňuje dosahovanie cieľa.

Vzájomný pomer straty a zisku možno vyjadriť takto:

1. ani netratí, ani nezískava;
2. nezískava, ale tratí;
3. tratí, ale súčasne získava;
4. získava a netratí.

S prvým prípadom sa stretávame vtedy, keď persuáder nedosiahol úspech, teda keď bol efekt presvedčovania nulový. S druhým prípadom sa stretávame pri nesprávnom zameraní presvedčovania, teda v prípade, keď presvedčovateľ pôsobí iba „proti" niektorému z postojov. Efekt takéhoto presvedčovania je len prechodný a recipient má tendenciu vrátiť sa k pôvodnému postoju (príp. vzniká náhradný postoj, ktorý sa veľmi neodlišuje od predchádzajúceho postoja). V treťom prípade získava recipient na úkor pôvodného postoja postoj nový. Ak nemôže nový postoj nahradiť funkciu postoja pôvodného, recipient má zážitok straty. Napríklad ak bol u človeka kladný postoj k vulgárnym a agresívnym formám správania podmienený silnou potrebou sebazdôrazňovania a presadzovania sa, dojem určitej straty a ujmy vzniká aj vtedy, keď sa u neho sformoval nový protikladný postoj. Z toho vyplýva, že optimálne presvedčovanie je možné iba vtedy, keď recipient (ako ukazuje štvrtý prípad) získava a pritom netratí. Napríklad v prípade recipienta, ktorý sa vyznačoval nekultúrnymi formami správania, vymizne dojem straty a ujmy až vtedy, keď sa nám ho podarí presvedčiť, že človek sa presadí skôr slušnosťou a zdvorilosťou ako agresívnosťou a hrubosťou.

Akou charakteristikou sa z hľadiska vzájomnej pospájanosti vyznačujú postoje, ktoré treba v procese presvedčovania u recipienta zmeniť? Z tejto otázky vyplývajú aj ďalšie. Napríklad viažu sa postoje, ktoré treba zmeniť iba k jednému objektu alebo k celej skupine či triede objektov? (Čím je objekt, na ktorý sa postoj viaže, izolovanejší, tým je ovplyvniteľnejší). Je postoj, ktorý chceme zmeniť, silný, centrálny alebo slabý a bezvýznamný? (Pre centrálne postoje je príznačné, že sú pospájané s celou skupinou iných postojov, ktoré akoby do nich vyúsťovali.)

Pospájanosť postojov zapríčiňuje, že pri presvedčovaní vznikajú nielen *zámerné*, ale aj postranné, *nezámerné ciele* (presnejšie dôsledky). Zaujímavý dôkaz o tom, že presvedčovanie sa môže niekedy vzťahovať aj na širší okruh postojov, teda nielen na tie, ktoré sú predmetom ovplyvňovania podal McGuire

(1960, s. 345—353). Jeho experiment vychádzal z hypotézy — „presvedčovaním sa menia postoje nielen k zjavne spornému bodu, ale aj k tým bodom, ktoré sú s ním logicky príbuzné“.

Autor zisťoval postoje skúmaných osôb k rozličným sledom myšlienok, pričom každý sled myšlienok tvorili tri sylogisticky súvisiace výroky:

1. „Študenti, ktorí porušia predpisy, týkajúce sa ochrany života a majetku iných študentov, budú vylúčení.

2. Predpisy, zakazujúce fajčenie v učebniach a na chodbách, majú za cieľ chrániť život a majetok študentov.

3. Študenti, ktorí porušia zákaz fajčenia v učebniach a na chodbách, budú vylúčení.“

Výroky boli usporiadané tak, že súhlas s prvými dvoma výrokmi logicky predpokladal súhlas s tretím výrokom. Všetky tri výroky, z ktorých sa skladal jeden sylogizmus, sa zjavili v rozličných častiach dotazníka, pretože boli zámerne pomiešané s výrokmi iných sylogizmov (bolo ich spolu 16).

Úlohou skúmaných osôb bolo označiť rozsah svojho súhlasu s každým výrokom. Po prvom podaní dotazníka sa ukázalo, že súhlasy s výrokmi toho istého sylogizmu boli značne nesúladné. Potom dostali skúmané osoby 16 argumentačných správ, v ktorých každá zámerne zdôvodňovala pravdu iba jedného z výrokov v každom sylogizme. Zdôvodňovanie sa opieralo o vysoko hodnoverné zdroje a reálne platné fakty. Po oboznámení sa s týmito argumentmi mali skúmané osoby opäť vyjadriť svoje stanovisko k jednotlivým výrokom. Hneď po druhom podaní nastala zmena v postojoch, a to nielen k argumentačne zdôvodneným výrokom, ale aj k výrokom, ktoré s nimi logicky súviseli.

O týždeň sa dotazník podal skúmaným osobám tretíkrát. Zistilo sa, že vplyv argumentačných výrokov sa prenášal na všetky výroky, ktoré s nimi logicky súviseli. Hneď po podaní správ ukázali postoje k logicky príbuzným myšlienkam len 52 % z množstva zmeny, ktorá sa vyžadovala na úplnú konzistentnosť. O týždeň neskôr však toto množstvo vzrástlo na 91 %.

Pri pretváraní postojov presvedčovaním sa stretávame *s prenosom (transferom)*. O transfere je známe, že sa vyznačuje nielen pozitívnym (facilitácia), ale aj negatívnym účinkom (interferencia). Takisto výskyt nezámerných dôsledkov presvedčovania nemusí byť vždy iba pozitívnym javom, ale môže byť aj javom negatívnym. Ak napr. presvedčujeme nešťastníka, ktorý smúti nad náhodnou stratou nejakého cenného predmetu, že „peniaze nie sú všetko“, môžeme síce dosiahnuť svoj zámer a nešťastníka uspokojiť, ale naše argumenty môžu smerovať aj k nežiadúcim dôsledkom. Recipient v nich môže napr. nájsť ideovú platformu pre ospravedlňovanie svojho neskoršieho márnivého alebo ľahtikárskeho postoja k materiálnym hodnotám. Ak sa usilujeme presvedčiť pozostalého, ktorý žiali nad úmrtím milovanej osoby, že „smrť nie je to najhoršie“, môžeme síce dosiahnuť svoj cieľ, ale môžeme prispieť aj k veľmi nežiadúcim dôsledkom, ak bude recipientom človek so samovražednými sklonmi.

Pospájanosť a vzájomná prepojenosť postojov nás musí neustále nabádať, aby sa pri ovplyvňovaní recipienta používala vhodná argumentácia. Nemožno totiž pôsobiť na to, čo je u recipienta náhodné, jedinečné, situačné alebo výnimočné oslabovaním alebo diskreditovaním všeobecne platných pravidiel, princípov, noriem a zákonov.

DIFERENCIÁCIA CIEĽA

O cieľoch sa uvažuje nielen z hľadiska obsahu (t. j. čo sa ním sleduje), ale aj z hľadiska spôsobu aplikovania (t. j. ako sa uplatňuje). Napríklad podľa spôsobu aplikácie (uplatňovania) sa ciele diferencujú na všeobecné a konkrétne, prechodné a konečné, pôvodné a náhradné, bezprostredné a následné, odkryté a zastreté, blízke a vzdialené a pod.

Ak ku presvedčovaniu pristupujeme z hľadiska subjektívnych podmienok recipienta, ciele presvedčovania môžeme rozdeliť na *pôvodné* a *náhradné*. Ak napr. rodič pri ovplyvňovaní svojho dieťaťa vychádza z tézy „ak sa naučíš, môžeš ísť do kina", ešte to neznamená, že cieľom jeho presvedčovania je „dostať" svoje dieťa do kina. Návšteva filmového predstavenia tu vystupuje iba vo funkcii náhradného cieľa k pôvodnému cieľu, ktorým je želanie rodiča, aby jeho dieťa v škole dosiahlo dobrý prospech.

Z hľadiska perspektívy možno rozdeliť ciele na relatívne *dočasné* a *trvalé*. Dočasné ciele sú spravidla situačné a označujú sa aj ako krátkodobé. Typickým príkladom uplatňovania krátkodobých cieľov je obchodná reklama. Dlhodobé ciele predpokladajú ideový základ, a preto sa s nimi stretávame zvyčajne pri výchovnom pôsobení alebo propagande.

Z hľadiska upriamenosti rozdeľujeme ciele na *špecifické* a *všeobecné*. Napríklad v hesle „pohybom k upevňovaniu zdravia" je cieľ presvedčovania vyjadrený veľmi všeobecne. V hesle „dvesto jarných kilometrov — dvesto stimulov k upevňovaniu zdravia" je už cieľ konkrétnejší a vo výzve „v záujme upevňovania vášho zdravia poďte s nami na turistické túry" je už cieľ presvedčovania formulovaný úplne špecificky. Uplatňovanie všeobecných cieľov sa v presvedčovaní neodporúča, pretože recipienta môžu zvádzať k rozličným náhradným aktivitám.

Ak pri ovplyvňovaní rozlišujeme medzi okamžitou a oneskorenou reakciou recipienta na naše pôsobenie, môžeme presvedčovaním sledovať dva ciele a to *bezprostredný* a *následný*. O bezprostrednom cieli hovoríme vtedy, keď sa v priebehu presvedčovania alebo krátko po ňom prejaví žiadúce správanie. O následnom cieli hovoríme zasa vtedy, keď sa presvedčovateľovo pôsobenie zameriava iba na utvorenie psychickej pripravenosti („ustanovky") recipienta na zmenu jeho konania v nových podmienkach.

Pri presvedčovaní treba rozlišovať aj medzi tzv. *odkrytým* a *zastretým* cieľom, t. j. medzi tým zámerom, o ktorom presvedčovateľ recipienta informuje, a tým, ktorý skutočne sleduje. Ak napr. lekár nabáda pacienta, aby dodržiaval určité liečebné procedúry v záujme nejakého cieľa, ešte to neznamená, že tento naznačený cieľ sa zhoduje s cieľom, ktorý lekár v záujme pacientovho zdravia skutočne sleduje. Z toho vyplýva, že zastieranie cieľa nemusí byť vždy (ako sa mnohí často domnievajú) indikátorom „nečistých" úmyslov presvedčovateľa. Pri riešení tohto problému treba brať do úvahy toho, kto zo zastieraného cieľa získava: či presvedčovateľ, alebo aj presvedčovaný, príp. iba presvedčovaný.

Ak pristupujeme k presvedčovaniu z procesuálneho hľadiska, môžeme rozlišovať *celkový* a *čiastkový* cieľ. Pretože realizovaním parciálnych (čiastkových) cieľov sa dosahuje celkový cieľ, čiastkové ciele možno chápať aj ako úlohy. Ich splnenie je podmienkou dosiahnutia celkového cieľa. Keďže cieľ je kategória, s ktorou pracuje viac presvedčovateľ ako presvedčovaný, čiastkové ciele spravidla vyplývajú už z predprípravy persuádera na presvedčovanie. V rámci nej je jednou z úloh získavať odpoveď na otázku, čo treba urobiť, aby bol recipient, ktorý sa má zmeniť, vôbec ochotný zúčastniť sa na persuáznej komunikácii. Mnohí ľudia sa totiž usilujú vyhnúť (a niekedy priamo utekajú) informáciám, ktoré narušujú ich pôvodne ustálené a zafixované postoje, náhľady alebo viery. Nezodpovedanie alebo nesprávne zodpovedanie tejto otázky spôsobuje, že medzi presvedčovateľom a recipientom môže vzniknúť už na začiatku *interpersonálny konflikt* (konflikt medzi dvoma alebo viacerými osobami), ktorý znižuje vyhliadky úspešného presvedčovania na minimum. Celkom odlišne si však počína človek, ktorý prežíva nejaký *intrapersonálny konflikt* (vnútorný konflikt). Takýto recipient vyhľadáva presvedčovateľa často sám. Ak chce teda presvedčovateľ utvoriť priaznivé podmienky na ovplyvňovanie, musí pôsobiť tak, aby sa nielen vyhol interpersonálnym konfliktom, ale dokonca predpokladaný interpersonálny konflikt zmenil na konflikt intrapersonálny.

Z toho, čo sme dosiaľ uviedli, vyplýva, že presvedčovanie nie je súboj dvoch rivalov, ktorého cieľom je výhra. Výhra jedného predpokladá porážku druhého a prostredníctvom porážky sa veľmi ťažko utvára presvedčenie. Presvedčovanie nie je ani juristickou „potyčkou" dvoch súperov, kde o správnosti alebo pravdivosti tvrdenia rozhoduje tretia strana (porota). Presvedčovanie je taká metóda ovplyvňovania, pri ktorej plní každá zo zúčastnených osôb (persuáder i recipient) súčasne dve protikladné funkcie. (V prenesenom zmysle slova sú vzájomne nielen obhajcami, ale aj porotcami.) Ide o kooperatívne pôsobenie, v rámci ktorého persuáder pomáha recipientovi a recipient sa radí s persuáderom.

Presvedčovaniu je cudzí pojem dominantnosť a submisívnosť. Veď každá dominantnosť v sebe zahrnuje prvky určitého nátlaku. Presvedčovanie je taká kooperácia, pri ktorej by mala interakcia prebiehať na úrovni partnerských vzťahov persuádera i recipienta. Partnerský vzťah je daný tým, že presvedčovateľ je rozhodujúcim činiteľom ovplyvňovania a recipient rozhodujúcim činiteľom akceptovania. Toto treba mať na mysli aj vtedy, keď presvedčuje predstavený, napr. keď chce rodič metódou presvedčovania výchovne pôsobiť na svoje dieťa. Ak sa požiadavka partnerskej spolupráce neplní, nemôžeme vlastne hovoriť o presvedčovaní, ale jedine o nejakej inej metóde ovplyvňovania (sugescia, donucovanie a pod.).

APLIKAČNÁ ČASŤ

Skutočnosť, že v socialistickej spoločnosti patrí spolupráca k základným charakteristikám vzájomného pôsobenia ľudí, ako aj to, že v súčasnosti výrazne stúpol počet tých, ktorí vo svojej práci prichádzajú stále viac do styku s ľuďmi, má za následok, že ovplyvňovaniu človeka človekom metódou presvedčovania sa prikladá čoraz väčší význam. Hlavným cieľom tejto časti práce je teda zdôrazniť, že *metóda presvedčovania je a aj bude nevyhnutnou súčasťou medziľudskej komunikácie ako mocný nástroj riešenia individuálnych i celospoločenských záujmov.* Je však potrebné, aby si každý člen našej spoločnosti osvojil efektívne spôsoby uplatňovania tejto metódy, a to nielen v úsilí o odstránenie zbytočných konfliktov pri riešení osobných záujmov, ale aj pri presadzovaní záujmov nadosobných — celospoločenských.

Efektívnosť vzájomného ovplyvňovania nespočíva iba vo výbere nejakej vhodnej metódy presvedčovania — veď metóda presvedčovania je iba jedna. Existujú však rozličné možnosti jej uplatňovania, ktoré závisia od spôsobov, postupov a metodík. A práve ony rozhodujú, či bude naše presvedčovanie efektívne, alebo neefektívne.

Treba však rozlišovať medzi presvedčovaním ako regulačnou metódou a sebapresvedčovaním ako autoregulačnou metódou.

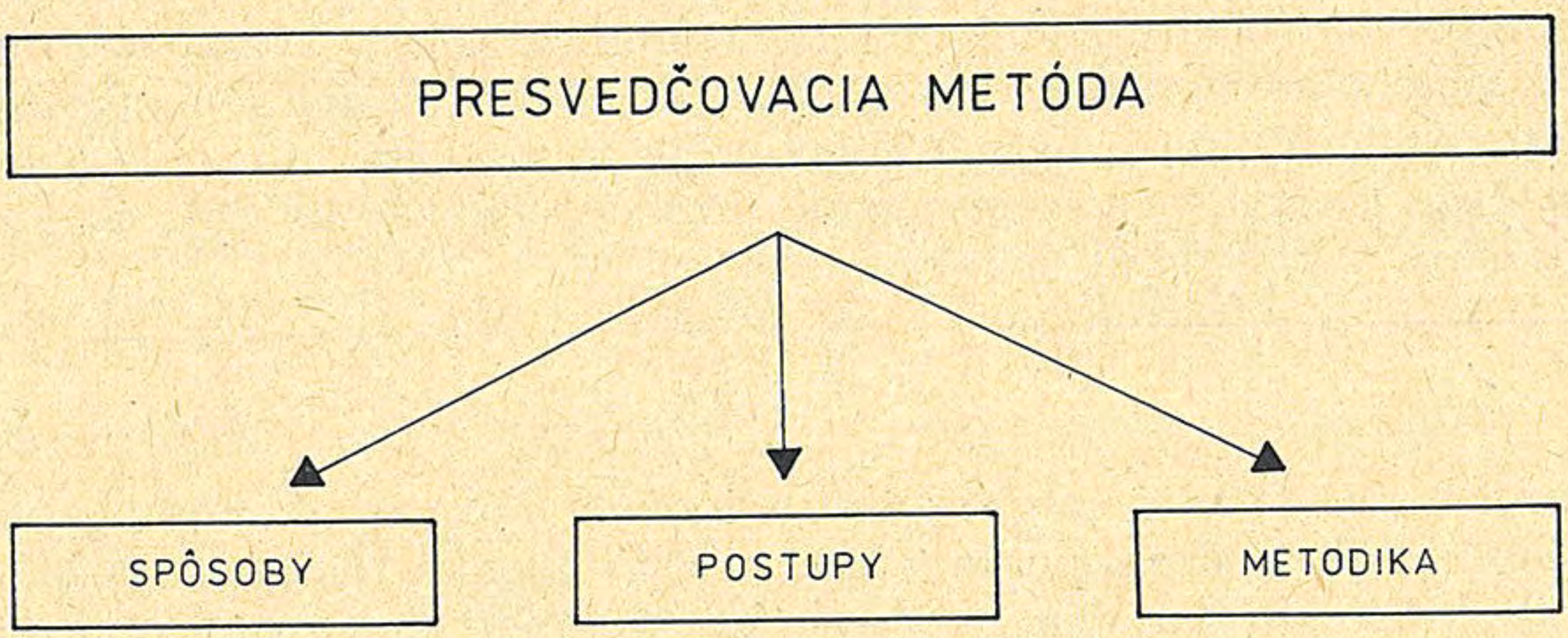
Predpokladom úspešného presvedčovania seba i druhých je, aby sa človek najprv oboznámil s tým, čím empirické zistenia i teoretické rozbory v tejto oblasti disponujú. Jedna vec je však poznať, čo sa žiada a druhá vec toto poznanie vhodne aplikovať na konkrétne podmienky. Pri aplikovaní už sotva vystačíme iba s teoretickými poznatkami — potrebné sú i praktické skúsenosti a schopnosti, ktoré sa získavajú najlepšie cvičením.

Preto sme do našej publikácie zaradili aj kapitolu o cvičných metódach persuázie. Obsahuje predovšetkým psychické tréningy, ktoré možno uplatňovať najmä pri doškolovaní a príprave všetkých, ktorých povolaním je pracovať viac s ľuďmi ako s vecami a predmetmi.

IX.
UPLATŇOVANIE METÓDY PERSUÁZIE

V najširšom zmysle slova metódou presvedčovania rozumieme zámerné a cieľavedomé uplatňovanie premyslených spôsobov, postupov a metodík pri formovaní presvedčenia (obr. 12). Metóda presvedčovania nie je zatiaľ rozpracovaná tak, ako sú rozpracované napr. vyučovacie metódy (výklad, rozhovor, demonštrovanie atď.). Je to preto, že až donedávna sa o presvedčovaní písalo skôr z hľadiska jeho významnosti, účinnosti, resp. potrebnosti, ako z hľadiska jeho praktického uplatňovania. Istý obrat v tejto, možno povedať nepriaznivej situácii nastal vtedy, keď začali sociálni psychológovia experimentálne skúmať možnosti a podmienky vzniku a modifikácie postojov. Ak vychádzame z jestvujúcich poznatkov, môžeme metódu presvedčovania rozpracovať ako systém na seba nadväzujúcich podnetov, spôsobov, postupov a metodík (obr. 13).

Voľba určitého spôsobu presvedčovania nie je ľubovoľnou záležitosťou, ale podmieňuje ju tak obsah presvedčovania, t. j. persuázny problém, ako aj osobitosti činiteľov presvedčovania, t. j. presvedčovateľa a presvedčovaného. Pretože každé presvedčovanie predstavuje zložitý jav medziosobnej interakcie, v jednom



Obr. 12. *Schéma zložiek presvedčovacej metódy*

Rámik č. 17 *Kto nás najviac presvedčuje?*

Náhodne vybranému súboru 205 osôb sme dali takúto úlohu: „V zozname nasledujúcich osôb zakrúžkujte abecedné písmeno tej, ktorá na vás v ostatných dvoch rokoch najviac pôsobila presvedčovaním.“ Podľa získaných údajov sme presvedčovateľov rozdelili do troch skupín.

Skupinu C tvorili tí, ktorí pôsobili presvedčovaním veľmi málo, príp. vôbec (získali 0—8 % údajov). Patrili sem pracovne podriadení (0 %), dcéra (0,7 %), starý otec (0,7 %), nepomenovaní rodinní príslušníci (2,0 %), iná osoba (2,0 %), známi (2,6 %), brat (3,3 %), kolega (4,5 %), sestra (6,0 %) a pracovne nadriadení (6,0 %).

Skupinu B tvorili tí, ktorí presvedčovali „stredne často“ (získali 9—16 % údajov). Patrili sem: manželský partner (11,1 %), otec (11,7 %), kamarát (15,4 %) a milenecký partner (13,0 %).

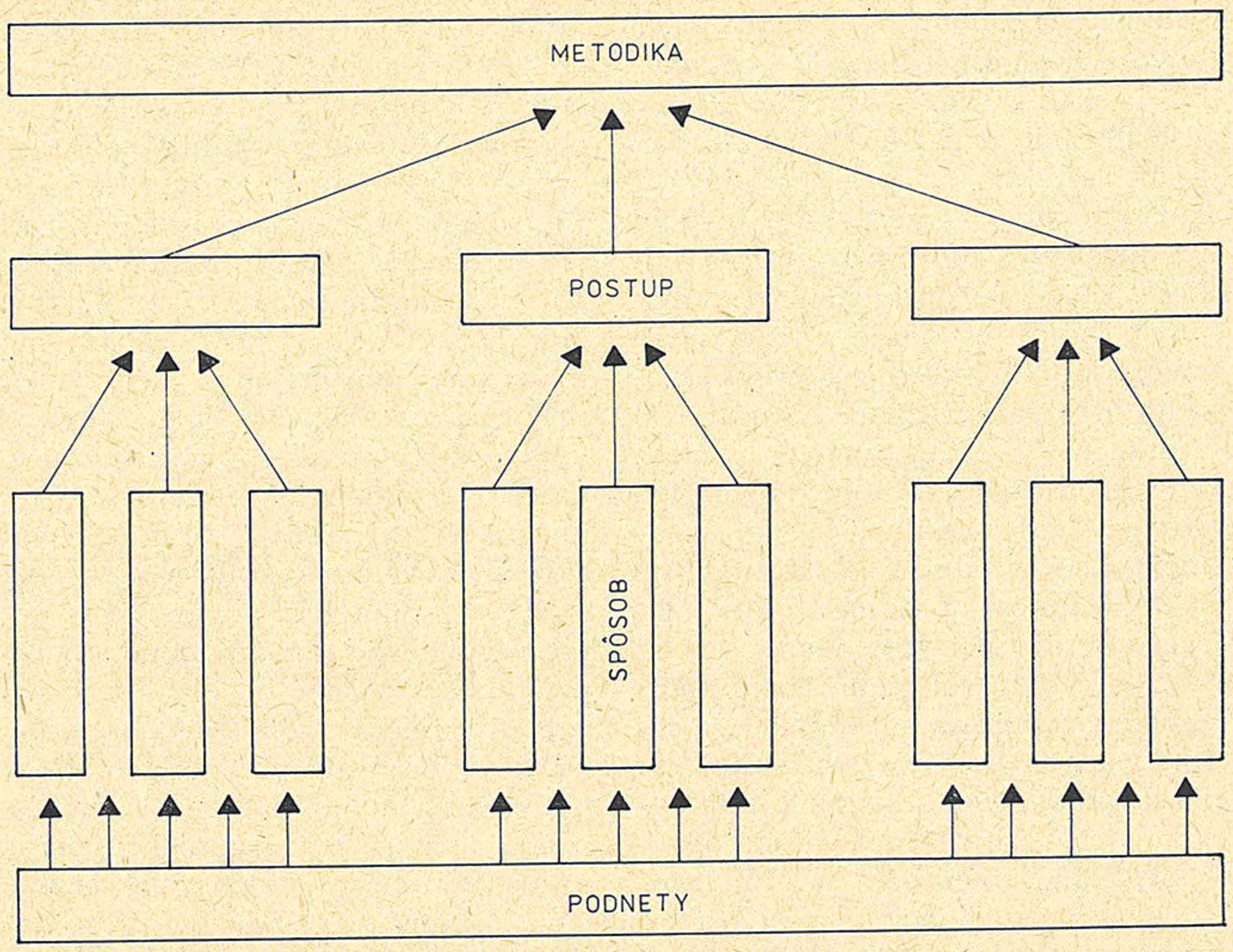
Do skupiny A (bola vymedzená 17 % údajov a viac) patrili tí, ktorí presvedčovali relatívne veľa až veľmi veľa. Zaradila sa sem však s 24 % údajov iba jedna osoba, a to matka.

Keď sme skúmané osoby rozdelili do dvoch kategórií (mladšiu tvorili 18—26-roční a staršiu 27-roční a starší), ukázalo sa, že matka si zreteľne udržuje svoje výnimočné ovplyvňovacie postavenie iba vo vekovo mladšej skupine, kde získala až 30 % údajov; v staršej skupine to bolo iba 13,2 %. Tu jej miesto vystriedal manželský partner (25,4 %). Zároveň sa zistilo, že s vekom stúpa ovplyvňovacie pôsobenie pracovne nadriadeného (z 2,0 % na 13,2 %) a kolegu (z 1 % na 11,3 %). Na druhej strane s postupujúcim vekom klesá vplyv mileneckého partnera (z 15 % na 9,4 %) a kamaráta (zo 17 % na 3,7 %). Pri vekových rozdieloch sa zistila záporná korelácia ($r_s = -0{,}53$).

Intenzita presvedčovacieho vplyvu je podmienená pravdepodobne takými faktormi, ako je emocionálny vzťah, príbuzenský vzťah a sociálny status presvedčovateľa. Tie osoby, u ktorých sa všetky tri faktory stretajú (matka, milenecký partner), vystupujú ako najintenzívnejší presvedčovatelia. Na druhej strane ani sám príbuzenský vzťah bez sociálneho statusu (brat, sestra, syn, dcéra), ba ani sám sociálny status (kolega, pracovne nadriadený) nie sú faktormi vyvolávajúcimi častejšie presvedčovacie pôsobenie. Pravdepodobne nás najviac presvedčujú tí, ktorým na nás najviac záleží.

a tom istom konkrétnom presvedčovacom pôsobení sa spravidla v logickej jednote a vzájomnej organickej nadväznosti uplatňujú viaceré ovplyvňovacie spôsoby i postupy.

Pri vzájomnom pôsobení a ovplyvňovaní ľudí dennodenne presvedčujeme a sami sme presvedčovaní.



Obr. 13. *Nadväznosť zložiek presvedčovacej metódy*
Spôsob je súhrn logicky usporiadaných podnetov a podnety predstavujú elementárne časti metódy

Zdá sa však, že čím viac niekomu na nás záleží, tým viac a častejšie na nás pôsobí práve presvedčovaním (pozri rámik č. 17).

1. METODIKA PREZENTOVANIA ARGUMENTOV

Úspech ovplyvňovania človeka človekom nezávisí iba od toho, či sa používajú pravdivé a primerané argumenty, ale aj od toho, akým spôsobom sa používajú. Moderná psychológia nahromadila celý rad poznatkov, ktoré sa týkajú metodiky prezentovania argumentov. Tieto poznatky možno rozdeliť podľa toho, či sa týkajú metodiky *sprostredkovávania* argumentov, alebo metodiky *umiestňovania* argumentov.

SPROSTREDKOVÁVANIE

Metodikou sprostredkovávania rozumieme predovšetkým formu, akou sa argumenty uvádzajú. Napríklad T h o m p s o n (1975, s. 75—76) konštatuje, že primerane *rýchle* a *plynulé rozprávanie* vyvoláva u recipienta priaznivejšie postoje ako pomalé a nesúvislé rozprávanie. V pomalosti mnohí recipienti často vidia neistotu a rozpaky. Na druhej strane sa záporne prijíma taká pre-

zentácia argumentov, pri ktorej sa hovorí príliš dlho, hlasno alebo príliš vehementne. McCroskey (1969) robil experiment so skutočnými rečníkmi pri prezentovaní argumentovanej a neargumentovanej prednášky a *dobrom a zlom prednese*. Zistil, že poslucháči viac menili postoje a prejavili väčšiu dôverivosť k tomu prednášateľovi, ktorého prednes bol dobrý a obsahoval argumenty. V ostatných troch podmienkach (dobrý prednes — nie argumenty, zlý prednes — nie argumenty zlý prednes — argumenty) bola účinnosť prednášateľov nižšia. Autor poznamenáva, že aj keď sa ostatné tri podmienky medzi sebou z hľadiska množstva vyprodukovaných postojových zmien nelíšili, predsa reč s argumentmi vyvolala u poslucháčov väčšiu dôverivosť ako reč bez argumentov. Pravda ani tu nebola dôverivosť taká vysoká ako pri dobrom prednese a argumentoch.

V súvislosti so skúmaním vzájomného pôsobenia argumentov sa zisťoval aj *vplyv varovania* na následné prijatie argumentu. Varovaním sa pri výskume postojov rozumie vplyv informačnej prevencie na následné možné prijatie neželaného názoru. Vychádza sa z predpokladu, že už oznámenie o ovplyvňovaní je jedným zo spôsobov, ktorým sa znižuje presvedčiteľnosť recipientov. Výskumy z tejto oblasti nám však poskytujú nejednoznačné výsledky: niekedy „dopredu varovanie“ presvedčiteľnosť zvyšuje, no inokedy ju znižuje (Thompson, 1975, s. 371—381).

Ďalším termínom, s ktorým sa stretávame pri výskume vzájomného pôsobenia argumentov, je *inokulácia (naočkovanie)*. Termín vyjadruje podobnosť medzi prevenciou choroby očkovaním a inhibíciou presvedčiteľnosti. Inokulácia však môže oznámeniu správy predchádzať (imunizácia), ale môže nasledovať aj po nej (reštaurácia). Na základe McGuiriho (1969) výskumov uvádzame tieto závery.

1. „Naočkovací efekt“ vzniká vtedy, keď sa tak protipresvedčovacie argumenty predchádzajúce nepriateľskej správe (imunizácia), ako aj následné reštauračné argumenty (argumenty uvádzajúce do pôvodného stavu) významovo od nepriateľskej správy neodlišujú.

2. Argumenty odmietajúcej obrany, t. j. obrany proti budúcim možným názorom majú silnejší imunizujúci účinok ako argumenty podporujúcej obrany, teda také argumenty, ktoré sa zameriavajú iba na obhajobu tých žiadúcich názorov, ktoré už recipient má.

3. Odmietajúca obrana, v ktorej sa uvádzajú odlišné argumenty, má určitú imunizujúcu silu a je menej ovplyvniteľná ako pri používaní tých istých argumentov.

4. Keď sa argumenty odmietajúcej a podporujúcej obrany používajú súčasne, ich imunizujúci efekt sa kumuluje. To, či je usporiadanie argumentov odmietajúco-podporné alebo podporno-odmietajúce, nie je rozhodujúce.

5. „Naočkovací efekt“ sa zosilňuje používaním hrozieb* a vzrastajú-

---

* Podľa Podgoreckého (1968) sú „účinnejšie tie informácie, ktoré stimulujú nepokoj, teda nie informácie, ktoré stimulujú strach a úzkosť“.

cim počtom aplikovaných argumentov.

6. „Naočkovací efekt“ sa zvyšuje aj vtedy, keď si subjekt miesto prečítania obrany, ktorú mu niekto napísal, pripraví obranu sám.

Podľa Brembecka a Howella (1976) recipient pripisuje spravidla väčší význam *faktom štatistického charakteru,* teda argumentom opierajúcim sa o tabuľky a matematické formuly. Keďže príjemca si váži štruktúru, dôležitá je aj usporiadanosť prezentovaných argumentov. Ak presvedčovateľ používa viackrát „a preto“ alebo „naproti tomu“ a znalecky sa vyjadruje v dilémach a sylogizmoch, recipient si len ťažko nájde argumenty proti.

Sovietsky autor Nožin (1980, s. 102) upozorňuje na význam *opakovania prezentovaných argumentov.* „Hoci z hľadiska zákona totožnosti pravda opakovaná dvakrát, či dokonca viackrát zostáva stále rovnakou pravdou, zo psychologického hľadiska vhodné opakovanie myšlienok, predstáv a súdov zvyšuje efektívnosť reči, podporuje zapamätanie a osvojovanie informácií . . .“ „Opakovanie však nesmie byť mechanické. Pri jednotvárnom niekoľkonásobnom opakovaní jednej a tej istej informácie vzniká paradoxný jav jej odtrhnutia.“ Podľa Voroncova (1972, s. 156) sa môže komunikácia v televíznych reláciách opakovať priemerne päťkrát bez toho, aby pôsobila ako bumerang.

LOKALIZOVANIE

Metodikou umiesťovania argumentov rozumieme spôsoby a postupy ich prezentovania v priestore a čase. Ani tu však nemožno všetky poznatky experimentov nekriticky alebo bezo zvyšku akceptovať, pretože sa vyskytujú aj protirečivé výsledky.

Už v minulosti sa venovala značná pozornosť umiesťovaniu argumentov z hľadiska ich amplifikácie. Amplifikáciou nazývala klasická rétorika miesto, v ktorom vrcholí intenzita emocionálnej faktickej i logickej argumentácie. Otázka umiestenia amplifikácie sa skúma v troch možných variantoch: a) umiestenie amplifikácie na konci s usporiadaním argumentov od najslabších po najsilnejšie (klimax); b) umiestenie amplifikácie na začiatku s usporiadaním argumentov od najsilnejších po najslabšie (antiklimax); c) umiestenie amplifikácie v strede s centrickým usporiadaním argumentov.

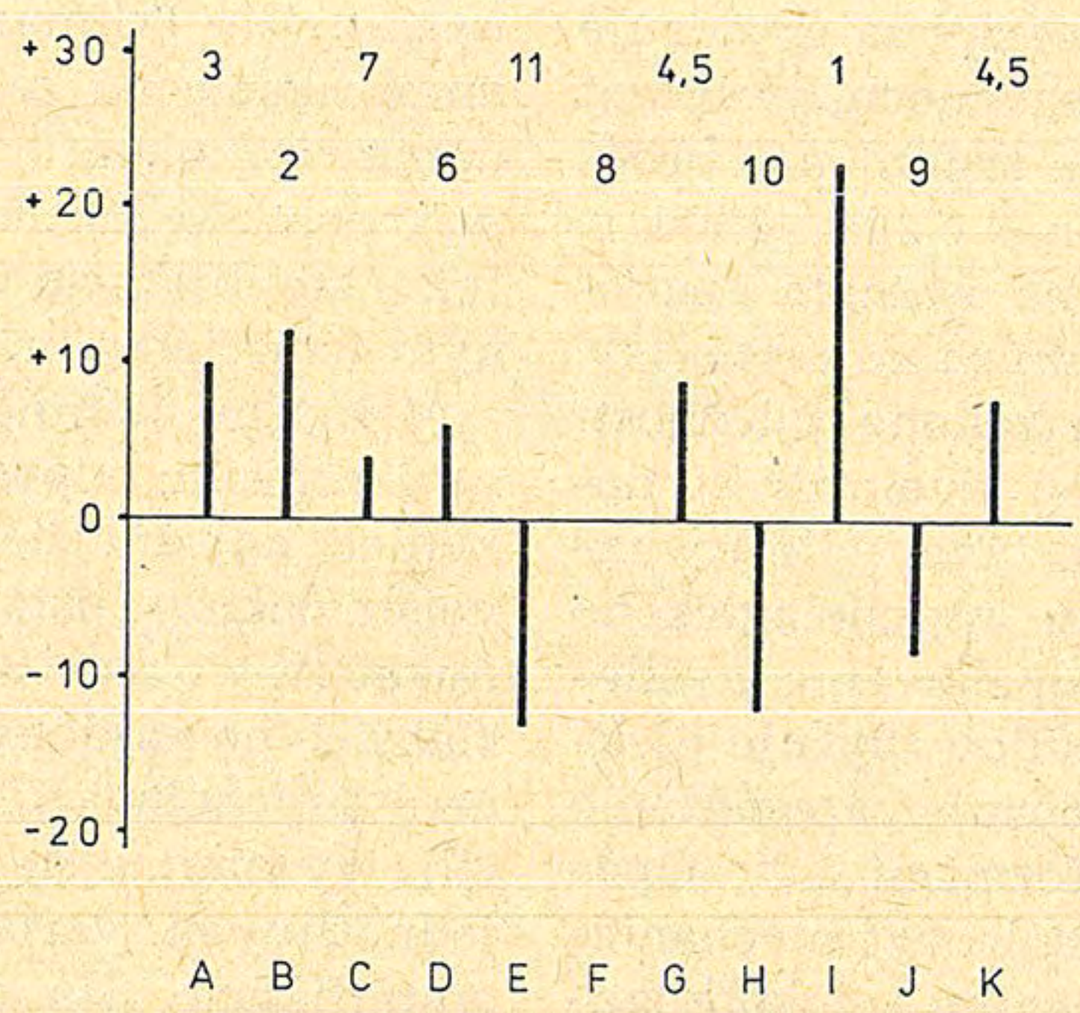
V záujme účinnosti argumentácie sa v rétorike odporúča nechať si na koniec najsilnejšie a najpresvedčivejšie dôkazy; ostatné treba odstupňovať (Rybár, 1980, s. 126) od najslabších po najdôležitejšie. Žiaľ, viaceré psychologické štúdie nenaznačili významnejšie rozdiely medzi jednotlivými variantmi umiestenia amplifikácie. Na druhej strane vo výskumoch, pri ktorých sa zistili signifikantné rozdiely, neposkytujú celkom zhodné výsledky. Napríklad Rasnov (1976) po preskúmaní 71 referencií dospel k záveru, že segment správy, ktorý sa prezentuje ako prvý, má väčšiu efektívnosť, ako keď sa prezentuje ako posledný. Na nejednoznačnosť výsledkov v tejto oblasti upozorňuje aj náš výskum (pozri rámik č. 18).

Širokú pozornosť vzbudzuje aj otázka účinnosti *jednostranného a*

Rámik č. 18 *Klimax, antiklimax alebo mezoklimax*

Nejednoznačnosť literárnych údajov o amplifikačnom účinku argumentov v jednotlivých častiach správy nás prinútila urobiť niektoré špecifické výskumy aj u nás. Pri výskume sme pracovali s argumentmi v textoch reklamno-inzertných správ. Probantmi výskumu bola stredoškolská a vysokoškolská mládež (N = 180). Najviac výskumov sme urobili so zámerne zostrojenými inzertnými textami typu „dajte sa poistiť", „zvoľte si povolanie . . ." a „poďte pracovať do závodu N". Výskum sa skladal z niekoľkých fáz.

V prvej fáze sme skúmaným osobám predložili text inzerátu, ktorý obsahoval 10 až 11 reklamných argumentov. Napríklad v inzeráte „poďte pracovať do závodu N" sa reklamné podmienky uvádzali takto:

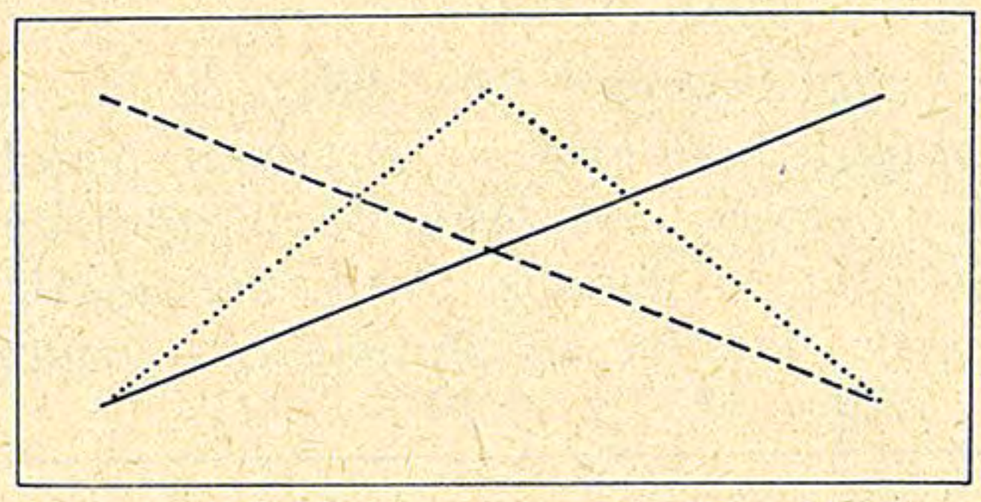


a) rýchly platový postup (3),
b) zdravotne neškodné prostredie (2),
c) bezrizikovosť z hľadiska hygieny a bezpečnosti práce (17),
d) možnosť získať vyššiu kvalifikáciu (6),
e) možnosť strávenia dovolenky v rekreačných zariadeniach podniku (11),
f) vysoké prémie pri plnení plánu (8),
g) odmeňovanie podľa množstva a kvality práce (4,5),
h) odlučné pri dochádzke zo vzdialenosti nad 100 km (10),
i) príležitosť získať byt z podnikovej výstavby (1),

j) poskytnutie pôžičky pri výstavbe rodinného domku (9),
k) možnosť umiestiť deti v podnikových jasliach a škôlke (4,5).

Prvou úlohou skúmaných osôb bolo zakrúžkovať abecedné písmeno tých dvoch podmienok, ktoré pokladali za najvýznamnejšie. Druhou úlohou bolo prečiarknuť abecedné písmeno dvoch najmenej významných podmienok.

Výsledky hodnotenia podmienok v podielových číslach znázorňuje graf. Na základe výsledkov sa jednotlivým argumentačným podmienkam pridelilo poradové číslo. (Uvádzame ho nad príslušným stĺpikom.) Graf ukazuje, že respondenti hodnotili argumentačné podmienky veľmi diferencovane, čo je výhodné pre amplifikačnú štrukturáciu textu.



11	10	9	8	7	6	5	4	3	2	1	K
10	8	6	4	2	1	3	5	7	9	11	M
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	A

——————— KLIMAX

..... MEZOKLIMAX

– – – – – – – – – ANTIKLIMAX

V druhej fáze výskumu sme tým istým skúmaným osobám predložili na hodnotenie ten istý text, no v troch variantoch amplifikácie: v podobe klimaxu, antiklimaxu a mezoklimaxu. Usporiadanie argumentov sme vykonali na základe uvedenej šablóny.

Konkrétny výskum sa realizoval tak, že skúmaným osobám (N = = 77) boli rozdané obálky; každá z nich obsahovala na troch lístkoch tri možné varianty usporiadania argumentov (príloha č. 6). Úlohou probantov bolo zhodnotiť jednotlivé varianty textu podľa trojstupnice: 1. najviac, 2. stredne, 3. najmenej príťažlivý variant. Výsledky uvádzame v tabuľke.

pokračovanie rámika č. 18

Hodnotiaca stupnica	Variant inzerátu					
	klimax		mezoklimax		antiklimax	
	f	%	f	%	f	%
1	—	—	2	2,6	75	97,4
2	20	26,0	57	74,0	—	—
3	57	74,0	18	23,4	2	2,6
Σ	77	100	77	100	77	100
$\bar{x}$ stupnice	2,741		2,208		1,052	

(K : M) $t = 5,05$; $P < 0,01$; (K : A) $t = 22,67$; $P < 0,01$; (M : A) $t = 15,78$; $P < 0,01$

Ukázalo sa, že ako najmenej príťažlivý sa hodnotil variant inzerátu, ktorého amplifikácia argumentu mala podobu klimaxu, ako stredne príťažlivé bolo usporiadanie textu v podobe mezoklimaxu a ako najpríťažlivejšie v podobe antiklimaxu. Vzájomné rozdiely diferencií priemerov poradia sú štatisticky významné. Z toho vy-

dvojstranného podávania argumentov. Otázkou teda je, či má presvedčovateľ uvádzať iba tie argumenty, ktoré sú pre obhajobu jeho tézy priaznivé, alebo má informovať aj o protiargumentoch. Odpoveď na tento problém sa pokúsila dať už dávnejšie skupina psychológov (Hovland, Lumsdaine a Shiffield, 1949). Dvom experimentálnym skupinám vojakov podávali informácie, ktoré sa týkali otázky skorého konca vojny v Japonsku po porážke Nemecka. Jednej skupine vojakov sa predniesla jednostranne zameraná 15-minútová reč, ktorá posilňovala stanovisko, že vojna s Japonskom bude ešte dlhá, pretože Japonsko má rozsiahle zdroje. Druhá skupina dostala dvojstrannú informáciu. Pôvodná 15-minútová reč sa doplnila ešte 4--minútovou rečou, v ktorej sa zdôraznili výhody spojencov a slabosť Japonska. Bezprostredne pred vypočutím a po vypočutí argumentov experimentátori žiadali od obidvoch skupín osôb odhad toho, ako dlho ešte asi potrvá vojna s Japonskom. Ukázalo sa, že účinnosť jednostrannej a dvojstrannej argumentácie závisí od viacerých faktorov, ku ktorým patrí predovšetkým pôvodný postoj probantov na skúmaný problém a úroveň ich vzdelania. Dvojstranná informácia bola účinnejšia u mužov, ktorí pôvodne mysleli, že vojna s Japonskom už dlho nepotrvá. Jednostranná informácia bola účinnejšia u tých, ktorých pôvodné

plýva (pre písomnú argumentáciu) poznatok, ktorý možno vyjadriť poučkou. Čím sú jednotlivé argumenty vzhľadom na seba významnejšie, tým by mali byť z hľadiska ich prezentácie skoršie uvádzané a naopak, najmenej príťažlivé argumenty by sa mali uvádzať ako posledné.

Otázkou však je, či má toto zistenie všeobecnú platnosť, alebo či podľa toho, o aký obsah presvedčenia ide a akou formou sa presvedčovanie uskutočňuje (písomne, ústne), môže byť účinnosť usporiadania argumentov rozdielna. Napríklad v našich predbežných výskumoch týkajúcich sa problematiky „dajte sa poistiť" alebo „zvoľte si povolanie . . .", v ktorých jednotlivé argumenty boli prezentované aj ústne, sme nezistili u respondentov jednoznačné tendencie v hodnoteniach.

Na základe tohto môžeme konštatovať, že aj keď nie je umiestenie argumentov v presvedčovacom pôsobení indiferentné k jeho akceptovaniu, predsa sa zdá, že konkrétny spôsob gradácie argumentov (klimax, mezoklimax, antiklimax) je podmienený aj takými osobitosťami, ako je obsah a forma presvedčovacieho pôsobenia (reklama, agitačná prednáška a pod.). I podľa toho, či toto pôsobenie respondent prijíma vizuálnym alebo auditívnym kanálom.

postoje sa stotožňovali s jej obsahom. Zároveň sa zistilo, že osoby s vyšším vzdelaním boli ovplyvnené jednostrannou informáciou menej ako informáciou dvojstrannou. Naproti tomu na osoby s nižším vzdelaním pôsobila viac jednostranná argumentácia. Autori to vysvetlili tým, že jedinec, ktorý má vyššiu vzdelanostnú úroveň (a ktorý si preto pravdepodobne aj viac váži hodnotu svojho vlastného úsudku), pokladá jednostrannú argumentáciu za nezlučiteľnú so svojím sebachápaním a sebaúctou. Túto skutočnosť nám potvrdila aj naša výskumná sonda (pozri rámik č. 19).

Podľa sovietskeho psychológa V o r o n c o v a (1972, s. 156) platí, že

— informácia je presvedčivejšia, ak neobsahuje protikladné fakty a ak záver z východiskových predpokladov robí „hodnoverný" komunikátor;

— informácia je presvedčivejšia, ak komunikátor, ktorý pozná sociálnopsychologickú orientáciu recipienta, uvádza správu s obojstranným alebo dvojstranným vysvetľovaním faktov a ak ráta s kulminačným a antikulminačným bodom;

— informácia, ktorá prináša fakt protirečiaci predchádzajúcej informácii, znižuje dôveru k prvému faktu úmerne s presvedčivosťou nového oznámenia.

S problematikou dvojstranného podávania argumentov súvisí aj otázka *poradia argumentov*, t. j. či recipienta ovplyvníme skôr vtedy,

Rámik č. 19 *Výskumy argumentácie ako metodologický problém*

Problematiku účinnosti jednostrannej a dvojstrannej argumentácie sme si overovali malou experimentálnou sondou, v ktorej sme 108 probantom (poslucháčom učiteľských odborov) dali takéto úlohy:

„Prosíme vás, aby ste sa vyjadrili k problému feminizácie učiteľského povolania v 1.—4. ročníku základnej školy. Svoj názor prejavte tak, že podčiarknete jednu z nasledujúcich odpovedí.

Domnievam sa, že v 1.—4. ročníku základnej školy by mali učiť: 1. iba ženy; 2. prevažne ženy; 3. rovnako ženy aj muži; 4. prevažne muži; 5. iba muži.

Probanti boli rozdelení do štyroch rovnakých skupín. V skupine A si pred odpoveďou vypočuli argumenty experimentátora v prospech žien. Hovorilo sa v nich, že „u žiakov v tomto veku prevláda potreba materinskej lásky, že záujem o vykonávanie tohto povolania je väčší u žien, že učiteľstvo je jedným z najvhodnejších ženských povolaní, že zastávanie tohto povolania ženami má nielen u nás, ale aj vo svete dlhú tradíciu“ atď.

V skupine B si probanti pred odpoveďou vypočuli argumenty v prospech mužov. Uvádzalo sa v nich na príklade neúplných rodín, že „v nijakom vekovom období by nemala byť výchova iba záležitosťou žien, že učitelia nielenže zastúpia učiteľky vo všetkých činnostiach, ale sú sami v niektorých činnostiach nenahraditeľní, že tam, kde sú muži, je v škole lepšia disciplína, že muži nechýbajú tak často v práci ako ženy“ a pod.

V skupine C si probanti pred odpoveďou vypočuli dvojstrannú argumentáciu (v prospech učiteliek aj učiteľov).

Skupina D bola kontrolná — v nej vypĺňovali probanti dotazník bez vypočutia akejkoľvek argumentácie. Vypočítaním aritmetických priemerov stupníc sa získali takéto výsledky:

keď začneme používať najprv záporné argumenty a až potom kladné. (Problematiku si nemožno zamieňať s amplifikáciou, pretože tá sa týka iba umiestenia jednostranných argumentov.) Odpoveď na otázku je dôležitá nielen z hľadiska zostavovania agitačnej prednášky, ale aj z hľadiska usporiadania stručnej persuáznej správy ako východiska k presvedčovaciemu dialógu. Skúmaniu tejto otázky sa venoval McGuire (1969), ktorý sa pokúšal zistiť, akým spôsobom sa dá poslucháčstvo najlepšie presvedčiť o prijatí takého budúceho výchovného programu, ktorého časť pokladá za prijateľnú a časť odmieta. Výskum ukázal, že ak sa uvedú najprv žiadúce a po nich nežiadúce in-

Skupiny	A	B	C	D
Argumentácia za ženy	1,92			
Argumentácia za mužov		2,56		
Dvojstranná argumentácia			2,16	
Bez argumentácie				2,28

Výsledky ukazujú, že rozdiely medzi skupinami sú nevýrazné — ani v jednom prípade sa medzi sebou nelíšia o jeden stupeň (iba o desatiny a stotiny). Napríklad rozdiel medzi jednostrannou argumentáciou za mužov a dvojstrannou argumentáciou je nevýrazný ($\chi^2 = 3{,}22$; $P > 0{,}05$). *Najväčšie rozdiely sú medzi jednostrannými argumentáciami, ale ani tie nie sú štatisticky významné. Sonda však upozorňuje na nezvyčajnú zložitosť celého problému. Totiž každý probant má už svoje skúsenosti, ktoré pôsobia viac ako krátka expozícia argumentov. (Nenašiel sa ani jeden respondent, ktorý by bol odpovedal na stupnici číslom 4 alebo 5.) To by si vyžadovalo zisťovať u každého jedinca jeho pôvodné stanovisko a až potom stanovisko k argumentom. Ani takýto výskum by však nebol bez problémov; pretože (ako ukazujú naše následné výskumy i poznatky iných autorov) pôvodne vyjadrené stanovisko je takisto určitým faktorom, ovplyvňujúcim ďalšiu odpoveď probanta.*

Z rozboru nášho materiálu sa dá hypoteticky usúdiť, že zatiaľ čo jednostranná argumentácia ovplyvňuje, dvojstranná argumentácia pôsobí z hľadiska ovplyvnenia „neutralizačne". Pravdepodobne dvojstranná argumentácia by mohla ovplyvniť iba intelektuálne vysoko vyspelých jedincov, teda tých, ktorí sa neriadia iba početnosťou jedných argumentov k druhým, ale predovšetkým ich rozdielnym významom, závažnosťou a hodnotou.

formácie, dosiahne sa skôr súhlas, ako keď sa podávajú v opačnom poradí. Autor interpretuje tento jav takto: „Ak človek počuje najprv nežiadúce argumenty, akoby sám sebe hovoril: zdá sa, že tento muž hovorí pravdu, je to však nepríjemná pravda a nebudem ho viac počúvať... Osoba, ktorá počuje najprv správy príjemné, akoby sama sebe hovorila: rozpráva celkom príjemne a oplatí sa ho počúvať" (K r e c h a k o l., 1968, s. 282). A dodajme ešte, že výskumom sa vlastne na špecifickej situácii potvrdilo to, čo sa uchovalo v múdrosloví nášho ľudu — „začiatok dobrý — koniec dobrý".

V súvislosti s časovým uvádzaním argumentov sa skúmal aj účinok ich prezentácie z hľadiska

prvotnosti a novosti. Otázkou teda je, či na recipienta pôsobí silnejšie prvý, ale dávnejšie vyslovený argument, alebo argument, ktorý je „čerstvý“ a práve preto pôsobí novosťou. Zdá sa, že prvotnosť je pri vyvolávaní nejakého názoru dôležitejšia ako novosť. Zaujímavý výskum urobil L u n d (T h o m p s o n, 1975), ktorý dal trom skupinám osôb niekoľko otázok, napr. „sú ochranné clá rozumnou záležitosťou?“ Pre každú z otázok bola pripravená jedna argumentácia (správa) „za“ a jedna „proti“. V každej skupine si skúmané osoby vypočuli vo vyváženom poradí argumenty „za“ a „proti“ (Prvá polovica osôb počula najprv argumenty „proti“ a potom „za“; druhá polovica počula najprv „za“ a potom „proti“, čím sa neutralizoval moment poradia pozitívnych a negatívnych argumentov.) Postoj každej osoby k danej otázke sa meral tri razy: pred experimentom, po prvej správe a po druhej správe. Po prvej správe sa zmenil pôvodný postoj — priblížil sa k argumentovanému stanovisku. Po druhej správe nastal síce druhý presun v smere argumentácie, no tento presun nebol taký výrazný, aby prekonal presun vyvolaný prvou správou. Teda účinok prvotnosti prevládol nad účinkom novosti. Zdá sa, že aj ľudové príslovie — „kto prvý dáva — dvakrát dáva“ nachádza isté zdôvodnenie v experimentálnych faktoch.*

---

* Tento poznatok sa však neprijíma celkom jednoznačne. Napríklad P o d g o r e c k i j (1968) v jednom zo svojich sociotechnických pravidiel uvádza, že informácie s úplne novým obsahom sú z hľadiska prijímateľov účinnejšie ako informácie s obsahom čiastočne známym.

2. METODIKA INTEROGATÍVNEHO PRESVEDČOVANIA

Metodikou interogatívneho (od lat. interogo, -are — opytovať sa) presvedčovania rozumieme rozpracovanie spôsobov a postupov vhodného formulovania, uplatňovania a kladenia otázok v persuáznom procese. Z psychologického hľadiska nie je vari nijaká vetná forma pre recipienta informačne taká mnohovýznamová ako práve veta opytovacia. Totiž opytovacou vetou sa nezisťuje iba to, čo je neznáme, ale zároveň sa ňou oznamuje aj čosi viac. Ak sa napr. pýtame „poškodil to Pavel“?, nie je to iba otázka, ale zároveň (či si to želáme, alebo nie) aj informácia, že Pavla sme zaradili medzi podozrivých. Okrem toho opytovacia veta nemusí vyjadrovať iba otázku, ale môže v sebe zahrnovať (implikovať) aj požiadavku alebo dokonca rozkaz. Napríklad všetci skúsení vedúci veľmi dobre vedia, že pri poverovaní úlohami je často účinnejšie klásť otázky, ako rozkazovať. Slovesá „pýtať si“ a „žiadať si“ sú z gramatického hľadiska synonymické, ale z psychologického hľadiska nie sú jednovýznamové. Inak vnímame toho, kto si niečo žiada, a inak toho, kto sa na niečo pýta. Pri žiadaní akoby sa uplatňovali iba potreby žiadajúceho, pri pýtaní (ak je vo forme otázky) sa však berú do úvahy aj potreby toho druhého. Nie náhodou sa aj každé zdvorilostné požiadanie uvádza podmieňujúcou, teda opytovacou formou. Táto mnohovýznamová nezvyčajnosť slov uvádzaných v opytovacej forme zapríčinila, že kladenie otá-

Rámik č. 20 *Forma otázky ako determinant odpovede*

Konštatovanie, že opytovacia forma reči nie je iba gramatickým prostriedkom dozvedania sa o tom, čo je človeku neznáme, ale informáciou, v ktorej sa môže viac či menej odrážať to, čo tradične obsahuje oznamovacia forma reči, priamo nastoľuje otázky o oprávnenosti tohto tvrdenia.

Je známe, že páry slov „vyhral — neprehral“ alebo „prehral — nevyhral“ nie sú totožné. Napríklad ten, kto neprehral, ešte nemusel vyhrať, podobne ako ten, kto nevyhral, nemusel ešte prehrať — možná je aj „remíza“. Slová vyhral a prehral chápeme ako opozitá, pričom jedno znamená zisk a druhé stratu. Naproti tomu sa však takýto opozičný vzťah ťažšie zisťuje medzi slovami nevyhral a neprehral. Zo sémantického hľadiska možno predpokladať, že medzi obidvoma slovami nie je rozdiel, pretože obidve vyjadrujú tú istú skutočnosť, no z iného hľadiska. Je však toto hľadisko zanedbateľné aj psychologicky?

Celá problematika nadobúda ešte zaujímavejšiu podobu, ak vyslovíme uvedená slová v opytovacej forme. Zo psychológie komunikačných procesov je známe, že človeku nie je jedno, či sa na existenciu určitého javu pýtame z kladného, alebo zo záporného hľadiska (napr. je rozdiel, ak sa nás niekto opýta „ste zdravý?“ alebo „ste chorý?“; pravdepodobne taký rozdiel je aj medzi otázkami „nie ste zdravý?“ a „nie ste chorý?“).

Na objasnenie týchto otázok sme uskutočnili výskum, v ktorom sme 85 pokusných osôb začlenených do štyroch skupín (vek pokusných osôb bol 23 rokov) uviedli do experimentálnej hry „kto uhádne?“. Hra obsahovala tieto kroky:

1. Rozdanie formulárov, na ktorých boli v 4 stĺpcoch uvedené poradové čísla od 1 do 100. K nim mali skúmané osoby zapisovať odpoveď v podobe plus alebo mínus.

2. Jeden z účastníkov hádzal pokrovú kocku tak, aby ostatní nevideli výsledok. Párne body znamenali výhru, nepárne prehru. Úlohou ostatných bolo uhádnuť výsledok každého hodu.

3. Hráč najprv oznámil poradové číslo hodu, potom hodil kocku a zapísal do svojho formuláru reálny výsledok v podobe plus (výhra) alebo mínus (prehra). Ostatní účastníci zapisovali výsledok až po otázkach experimentátora (neprehral?, vyhral?, prehral?, nevyhral?), ktoré sa podľa pripraveného zoznamu zámerne striedali. Každá forma otázky bola vyslovovaná rovnako, t. j. 25-krát. (Prvý stĺpec bol zacvičovací, preto sa nevyhodnocoval.)

Výskum ukázal, že z celkového počtu 75 hodov hráč reálne zaznamenal 33 výhier, no probanti predpokladali 52 %, teda o niečo viac.

pokračovanie rámika č. 20

Forma otázky	Percento odpovedí na otázku		
	+	−	spolu
Nevyhral?	38,11	61,89	100
Neprehral?	58,52	41,48	100
Vyhral?	68,25	31,75	100
Prehral?	42,71	57,29	100

Výsledky naznačujú, že v neurčitých situáciách majú skúmané osoby tendenciu odpovedať na rovnomerne rozložené kladno-záporné podnety viac kladne ako záporne. Rozdiely sú v odpovediach na jednotlivé formy otázok experimentátora. Kladne formulovaná otázka „vyhral?“ vyvoláva skôr kladnú odpoveď a záporná otázka „prehral?“ skôr zápornú odpoveď. To znamená, že skúmané osoby boli

zok sa stalo predmetom osobitných psychologických analýz aj v súvislosti s presvedčovaním (pozri rámik č. 20).

UPLATŇOVANIE OTÁZOK

Význam interogatívneho presvedčovania je predovšetkým v tom, že *mimoriadne aktivizuje presvedčovaného*. Tým sa realizuje vlastne jedna významná zásada medziľudského ovplyvňovania, ktorú sovietsky autor Š e p e l (1975, s. 104), odvolávajúc sa na príslušné pramene, komentuje takto: „Dajte druhému možnosť prehovoriť. Veď vie o svojej práci a o problémoch viac ako vy. Preto sa radšej naučte klásť otázky svojim spolubesedníkom.“

Sú jedinci, ktorí nie sú schopní počúvať, a to nielen pri prednáškach, ale ani pri rozhovore vo dvojici. Jednoducho radšej rozprávajú ako počúvajú. S takýmito ľuďmi sa ťažko konverzuje, ťažko sa im niečo vysvetľuje, ale najťažšie zo všetkého sa presvedčujú, pretože ich osobnostnému založeniu lepšie vyhovuje dominantne aktívny spôsob komunikácie. Ak by sme takýmto ľuďom vnútili spôsob presvedčovania, v ktorom by boli slovne pasívnejší, prakticky by to znamenalo vzdať sa možnosti nejako ich ovplyvniť. A práve v takýchto prípadoch sa výhodne uplatňuje *metodika riadeného opytovania*, keďže tu môžeme vhodne volenými otázkami dosiahnuť, že recipient nám povie aj to, čo by sme sa mu sami neodvážili povedať. Okrem toho majú takéto výpovede spravidla vyššiu informačnú aj argumentačnú hodnotu, pretože recipient ich nemusí zvnútorňovať — sú jeho.

Interogatívne presvedčovanie ďalej umožňuje realizovať *nepriamy*,

zreteľne viac ovplyvňované formou kladnej otázky ako formou zápornej otázky.

Ďalej sa zistilo, že skúmané osoby v neurčitých situáciách pomerne zreteľne rozlišujú aj medzi zdanlivo totožnými otázkami „nevyhral"?, „neprehral?". Rozdiel je v tom, že zatiaľ čo informačný náboj prvej otázky zvádza probanta k zápornej odpovedi, druhá otázka ho zvádza skôr k odpovedi kladnej. Teda psychologicky je na tom oveľa lepšie ten, kto neprehral, ako ten, kto nevyhral. Zdá sa, že by nebolo veľkým problémom nájsť aj ďalšie empirické doklady o tom, že otázka je takisto nositeľkou informácie, pričom ovplyvňovací charakter otázky vyplýva už z jej formy. Usporiadaním otázok od tých, ktoré vyvolali najviac kladných odpovedí, po tie, ktoré vyvolali takýchto odpovedí najmenej, vzniklo poradie: vyhral?, neprehral?, prehral?, nevyhral?. Toto poradie sa nezmenilo ani po opakovanom výskume, ktorý sme po jednom roku vykonali v analogickej skupine (N = 69).

a teda psychologicky prijateľnejší spôsob ovplyvňovania recipienta. Zdá sa, akoby si pri tomto spôsobe presvedčovateľ i presvedčovaný zamenili svoje úlohy. Presvedčovateľ vystupuje ako človek, ktorý niečo nevie a chce sa poučiť. Recipient sa zasa prejavuje ako informovaný, ktorý nielen vie, ale zároveň sa chce poučiť. Pri uplatňovaní tejto metodiky a za predpokladu, že persuáder si ju primerane osvojil, sa môže stať, že recipient bude sám uvádzať argumenty, ktorých pravdivosť z úst iných by hádam nikdy nepripustil. Ak podľa starorímskych juristov platí, že povinnosť dokazovania má ten, kto tvrdí, teda v našom prípade (presvedčovateľ) a nie ten, kto popiera (recipient), potom môže práve recipient pri vhodne volených otázkach pomáhať tézu dokazovať (a nie popierať).

Takýto nepriamy spôsob presvedčovania sa dobre aplikuje najmä u *nekonformných recipientov*. Títo recipienti sa totiž vyznačujú vysokou autoreguláciou a majú tendenciu akceptovať skôr ten názor, ku ktorému sa sami dopracovali. Interogatívne presvedčovanie sa však dobre aplikuje aj u recipientov *dominantného typu*, ktorí už v záujme udržania si svojej komunikačnej nadradenosti prijímajú radšej názor vyslovený nimi samými. Aj recipientom s určitými *predsudkami*, ba aj s *negativizmom* lepšie vyhovuje opytovací spôsob, pretože takíto jedinci majú pri priamom dokazovaní tendenciu neuznávať alebo dokonca zaznávať práve to, čo druhý oceňuje, vyzdvihuje a pozitívne hodnotí.

Presvedčovanie kladením otázok má dlhú históriu. V tejto súvislosti sa spomína najmä Sokrates, ktorý ho vraj úspešne uplatňoval už pred viac ako pred 2000 rokmi. Podľa

neho sa takýto druh presvedčovania označuje niekedy aj ako sokratovská metodika* (pozri str. 95).

TYPOLOGIZÁCIA OTÁZOK

Nemožnosť aplikovať tzv. sokratovskú schému v presvedčovacom procese sa kompenzuje tým, že metodika interogatívneho presvedčovania sa zameriava na typologizáciu otázok z hľadiska ich regulatívnych možností. Ukázalo sa, že v presvedčovacom procese sa možno vhodnou formuláciou otázok dozvedieť nielen to, čo je nám neznáme, ale možno nimi nepriamo regulovať aj všetky zložky a fázy presvedčovacieho procesu.

Predpokladom každého presvedčovania je *záujem.* Zo psychológie je známe, že ochota rozprávať veľmi úzko súvisí s ochotou počúvať. Aj ten najskúsenejší rečník sa dostáva do rozpakov, keď prednáša poslucháčom, ktorí prejavujú otvorene nezáujem. Naproti tomu aj výslovne nezhovorčiví jedinci sa radi rozhovoria, ak sú počúvajúcimi vhodne stimulovaní. Takýmito stimulmi môžu byť krátke, často jednoslovné otázky (ako?, kedy?, kto?, prečo?), ale aj dlhšie vety (mohli by ste mi povedať o tom?) alebo súvetia (veľmi ma zaujíma, či . . . ?). Účinnosť týchto podnetov sa však znižuje, keď počúvajúci skáče do reči rozprávajúcemu. Otázky by teda mohli nasledovať až po vypočutí celej myšlienky a predovšetkým by mali nadväzovať na jej obsah.

Nijaké presvedčovanie sa nezaobí-

---

* V skutočnosti Sokratova metodika nie je nič iné ako vysvetľovanie, a preto je jej výsledkom pochopenie niečoho. Ak máme otázkami odhaliť podstatu javu (napr. čo je čestnosť, čo je spravodlivosť), odpovedáme na ne vysvetľovaním. Ak je takéto vysvetľovanie správne, jeho výsledkom by malo byť pochopenie podstaty. Pochopenie podstaty však nie je ešte presvedčovanie. S presvedčovaním sa stretávame až vtedy, keď sú otázky formulované tak, aby odpoveď na ne vyvolala autoreguláciu recipienta (napr. „či sa oplatí byť čestným“, „či sa oplatí byť spravodlivým“). Takto formulované otázky sa už netýkajú iba jeho etických vedomostí, ale týkajú sa aj jeho etických potrieb, motívov a hodnotovej orientácie. Ak recipient nájde dosť dôvodov podložených argumentmi, že byť čestným alebo spravodlivým je účelné a prospešné, výsledkom ovplyvňovania môže byť napokon presvedčenie.

Problémom je, či možno sokratovskú schému postupného kladenia otázok aplikovať aj na vypracovanie schém, ktorými by sme recipienta priviedli k presvedčeniu regulovať sa príslušnými pojmami. Treba povedať, že vypracovanie schém kladenia otázok v záujme dosiahnutia určitého cieľa je veľmi náročná úloha, lebo každá nasledujúca otázka, ktorú zaradíme do schémy, predpokladá predvídať odpoveď na predchádzajúcu otázku. Zatiaľ sa takéto schémy podarilo vypracovať iba pri vysvetľovaní. Napríklad v didaktike sú známe schémy heuristických rozhovorov učiteľa so žiakmi. Perfektnú podobu majú takéto schémy v učebniciach programového vyučovania, najmä s vetveným programom, pretože reagujú aj na rozličné alternatívne odpovede učiacich sa. Dosiaľ sa však nepodarilo vypracovať schému kladenia otázok, ktorej výsledkom by bolo presvedčenie, tak ako je výsledkom didaktickej schémy pochopenie. Je to preto, že pochopenie súvisí s vysvetľovaním a objasňovaním toho, čo existuje nezávisle od vedomia človeka. Tento proces sa teda dá objektivizovať, t. j. opakovať a kontrolovať. Na druhej strane presvedčovanie ako výraz ľudských potrieb, záujmov a motívov je subjektívne veľmi individualizované, a preto sa odpovede veľmi ťažko predvídajú.

de bez *tvrdení*. Každé tvrdenie má určitú objektívnu platnosť. Činiteľom posudzovania platnosti vysloveného tvrdenia nie je len presvedčovateľ, ale aj presvedčovaný, pretože je takisto nositeľom informácií. Ak sú informácie recipienta v niektorej oblasti úplnejšie, môže sa stať, že odhalí nepravdivosť alebo neopodstatnenosť nejakého čiastkového tvrdenia. Tým sa samozrejme znižuje kompetentnosť presvedčovateľa i vyhliadka na úspešné ovplyvnenie recipienta. Preto skúsení presvedčovatelia, ktorí nemajú istotu vo všetkých svojich tvrdeniach, začínajú vety asi takto: „Je možné, aby . . .?“, „Je pravdou, že . . .?“, „Čo si myslíte o tvrdení . . .?, „Aj vy ste sa dopočuli, že . . . ?“.

Výhodou uvádzania niektorých výrokov v opytovacej vete je to, že sa na ne nevzťahuje kategória pravdivosti a nepravdivosti. Aj pri uvádzaní tvrdení v opytovacej vete však možno jej formuláciou pravdepodobnosť platnosti určitého javu zvyšovať alebo znižovať. Napríklad medzi otázkami „domnievate sa, že jestvuje . . . ?“ a „domnievate sa, že nejestvuje . . . ?“ nie je z vecného hľadiska nijaký rozdiel a mohli by sme ich pokladať za totožné. Zo psychologického hľadiska to však celkom tak nie je. V kladnej vete akoby sme súhlasili skôr s existenciou toho, na čo sa pýtame, kým v zápornej vete akoby sme sa viac prikláňali k popieraniu (pozri rámik č. 20).

V presvedčovacom procese sa nezaobídeme bez *emocionálneho* pôsobenia, napr. uvádzania príťažlivých príkladov a vzorov. Aj keď život poskytuje veľa príkladov, ťažšie sa hľadajú také, ktoré by recipienta priťahovali. Niekedy ani nevieme, či recipient nebude vnímať kladný vzor záporne. Je známe, že toho istého človeka rozliční ľudia vnímajú odlišne. Preto všade tam, kde je vnímanie vzoru neisté, treba ho uvádzať opytovacou formou (napr. „ako by sa asi správal N?“ alebo „čo by asi N urobil, keby bol na našom mieste?“). Odpoveď recipienta nám ukáže, či bola naša voľba vzoru alebo príkladu správna.

SPOCHYBŇOVANIE

Otázky možno výhodne využívať aj na spochybňovanie alebo na podmienené popieranie výpovedí a výrokov osôb, s ktorými diskutujeme. Popieranie otázkou umožňuje vyjadriť nesúhlas s tvrdením oponenta bez priameho vyjadrenia opozičného alebo protikladného stanoviska. Totiž jednoznačne opozičné alebo protikladné stanovisko, keďže je negatívne, je skoro vždy zdrojom nežiadúcich sporov a konfliktov. Naproti tomu vyjadrenie záporu v otázke je pre recipienta psychologicky prijateľnejšie, pretože spochybňovanie a podmienené popieranie je taký zápor, v ktorom sa ešte pripúšťa istá oprávnenosť protikladnej mienky alebo stanoviska. Otázka však zároveň vyzýva toho, kto sa nejakej mienky alebo stanoviska pridŕža, aby ich oprávnenosť ešte raz zvážil a zdôvodnil.

Spochybňovanie otázkami má niekoľko spôsobov. Najbežnejšie je vyjadrovanie neistoty o existencii niečoho (naozaj?, bolo by to možné?). Treba povedať, že otázky majú byť neosobné, pretože priame výzvy

(napr. „nemýlite sa?“ alebo „ste o tom presvedčený?“) sa dotýkajú osobnej prestíže opytovaného. V takom prípade môže opytovaný obhajovať svoje stanovisko nie preto, že je pravdivé, ale iba preto, aby nemusel priznať, že sa mýlil, príp. sa pridržiaval nesprávneho presvedčenia. Spochybňovať však možno často aj opytovaním sa na existenciu neexistujúceho za predpokladu, že toto neexistujúce je jednou z nevyhnutných podmienok existencie polemizovaného javu. Napríklad otázky „aké schopnosti sú nevyhnutné pre úspešné absolvovanie odboru . . . ?“ adresujeme tomu, kto chce z hľadiska svojich osobných predpokladov študovať nevhodný odbor. Podobný spôsob spochybňovania predstavuje *opytovanie sa na absurdné*. Napríklad otázky „bolo to dobre?“ alebo „bolo to zlé?“ sa uplatňujú predovšetkým tam, kde musí nevyhnutne nasledovať protikladná odpoveď. Bagatelizuje sa tým stanovisko, ktorého sa pridržiava recipient.

Metodika interogatívneho popierania má v polemike široké uplatnenie, pretože otázkou sa dá spochybňovať aj to, čo by sme sa inou vetnou formou azda ani nikdy neodvážili vysloviť. Úspešné uplatňovanie tejto metodiky si však vyžaduje aj určitý takt, pozornosť, ohľaduplnosť a empatiu. Napríklad nežiadúce je spochybňovanie ironicky intonovanými otázkami (napr. „nevravte?“, „naozaj?“, „vážne?“, „čo nepoviete?“). Pri kladení otázok dávame najavo, že názory presvedčovaného si vážime a spochybňujeme len niektorú časť v dobrom úmysle vylepšiť ju.

SCHVAĽOVANIE

Popieranie vo forme otázky má aj svoje obmedzenia. Na otázku sa dá totiž odpovedať takisto otázkou, teda spochybniť pochybnosť. Okrem toho samým popieraním sa ešte nové presvedčenie netvorí. Pri aplikovaní metodiky interogatívneho presvedčovania sa na utváranie a upevňovanie toho nového, čo sa v presvedčovacom procese ešte iba rodí, používajú osobitné typy otázok. Z nich vystupujú do popredia pripomienkujúce, prehlbujúce a fixujúce otázky. Ich spoločným znakom je, že sa spravidla vyjadrujú zložitejšou slovnou skladbou (súvetím).

Pripomienkujúce otázky (napr. „už dlhší čas sa sám seba spytujem, ako ste to mohli tak dobre urobiť?“) slúžia na upriamenie pozornosti recipienta na ten problém v jeho reči, ktorý nejako súvisí s cieľom presvedčovania. Osobitosťou tohto typu otázok je, že ich štruktúra je komponovaná na základe pravidla *„uznaj a spýtaj sa“*. To znamená, že ich vetná skladba má dve časti — jednu, v ktorej vyjadrujeme ocenenie alebo obdiv nad niečím, a druhú, v ktorej obraciame vnímanie recipienta na to, čo by mohlo byť predmetom presvedčovania (napr. „už niekoľkokrát som si prezrel vašu znamenitú prácu a vždy si dávam otázku, či by sa našiel niekto, kto by to urobil tak ako vy?). V súvislosti s týmto treba poznamenať, že najvyšším ocenením je obdiv alebo údiv (napr. „ako ste to mohli dokázať?“). Teda obdiv je také ocenenie, ktoré nevieme vyjadriť konkrétnou hodnotiacou stupnicou.

Prehlbujúce otázky (napr. „prečo tak súdite?," „čo vás vedie k tomuto názoru?") kladieme vtedy, keď chceme, aby recipient pomocou svojich poznatkov a spôsobov uvažovania preskúmal celú hĺbku problému, ktorý je predmetom presvedčovania. Iný spôsob kladenia prehlbujúcich otázok (napr. „dalo by sa toto tvrdenie podložiť aj inými dôkazmi?") používame zasa vtedy, keď recipient stojí pred vyvodením záveru a chceme, aby jeho platnosť potvrdil aj svojimi vlastnými dôkazmi. Niekedy sa to robí aj na základe pravidla *„vynechaj a spýtaj sa"*, čo znamená, že vymenovávame iba tie dôkazy, ktoré sú recipientovi neznáme a vynechávame tie, ktoré môže sám uviesť.

Fixujúce otázky (napr. „dalo by sa povedať, že . . . ?", „na základe toho, čo ste povedali, platí, že . . . ?") aplikujeme vtedy, keď názor, ku ktorému dospel recipient, treba v jeho vedomí upevniť alebo utvrdiť. V tomto prípade sa používa pravidlo *„zhodnoť a spýtaj sa"*. Pri jeho uplatňovaní sa však môžeme stretnúť častejšie ako v predchádzajúcich prípadoch s nevhodnou formuláciou otázok, vyplývajúcou zo sugestívneho nátlaku (napr. „dúfam, že sa nemýlim, keď si myslím, že takisto zastávate názor . . ."). Nevhodná formulácia otázok vzniká aj pri zjednodušení záveru do dvoch alternatív (napr. platí teda A, alebo B?), pričom nemusí platiť ani jedna alternatíva, no môžu platiť aj obidve zároveň.

*

Metodika interogatívneho presvedčovania obsahuje aj niektoré *všeobecné požiadavky* na formulovanie otázok.

— Pretože presvedčovanie je postupný proces, začiatočné otázky by sa nemali vzťahovať na podstatu existencie celej tézy, ale iba na čiastkové problémy, ktoré s existenciou tézy súvisia.

— Keďže presvedčovanie je dobrovoľná komunikácia jej účastníkov a môže sa kedykoľvek prerušiť, presvedčovateľ by sa mal vyhýbať priamym otázkam charakteru súdneho vypočúvania alebo školskej skúšky.

— Recipienta sa nepýtame na osobne chúlostivé problémy alebo problémy, ktoré ho citovo zraňujú. Nesmieme sa na neho obracať ani otázkami, ktoré v ňom vyvolávajú neistotu a pochybnosti. (Takéto otázky sú prípustné iba vtedy, keď má presvedčovateľ možnosť nežiadúce emocionálne stavy pozitívne riešiť.)

— Keď chceme niekoho presvedčovať, musíme sa vyhýbať sugestívne formulovým otázkam. Ak totiž recipient neskôr zistí, že sme ho „nahovorili" súhlasiť s tým na čo má iný názor, môže zaujať záporné stanovisko k celému presvedčovaciemu pôsobeniu.

— V neistých situáciách, keď nevieme, aká bude očakávaná odpoveď, sa treba vyvarovať alternatívnych otázok „buď — alebo", pretože recipient môže odmietať práve to, čo chceme presadiť.

— Ani otázky v podobe zložitejších slovných foriem nemajú byť príliš dlhé. Podľa H a r g a š o v e j (1980, s. 383) by najzložitejšia otázka nemala obsahovať viac ako 20 slov.

Metodika interogatívneho pre-

svedčovania sa môže uplatňovať v rozličných formách, ktoré sa rozdeľujú podľa toho, či sa otázky kladú sebe alebo iným, či sa kladú jednotlivcovi (napr. pri dyadickom pôsobení) alebo skupine (napr. pri prednáške). Význam druhej formy kladenia otázok opisuje Nožin (1980, s. 90) takto: „... vyvoláva efekt spoluúčasti, spolupatričnosti, spoluprežívania. Práve táto skutočnosť aktivizuje myslenie poslucháčov a vzbudzuje silný pocit uspokojenia. (V priebehu tohto procesu akoby sa ozývalo »výborne!«, »skutočne je to tak!«, »ako je to možné, že som si toho skôr nevšimol?«).“

Interogatívne ovplyvňovanie možno uplatňovať výhodne tam, kde recipient o persuáznom probléme niečo vie. Vhodné otázky mu napomáhajú akoby znova objavovať seba a posilňovať svoje presvedčenie. V ostatných prípadoch (keď to tak nie je) sa táto metodika kombinuje vždy s inými vhodnými spôsobmi a postupmi presvedčovania.

3. METODIKA KLADNÝCH ODPOVEDÍ

Jedným zo základných princípov života organizmu a vývinu psychiky je aktivita. Jej protikladom je pasivita. Vonkajším regulátorom ľudskej aktivity sú rozličné prostriedky v podobe stimulácie (podnecovania) alebo inhibície (zabraňovania, prekážania). V medziosobnej komunikácii je takýmto stimulačným prostriedkom napr. schvaľujúci pokyn v podobe „áno“ alebo odmietajúci pokyn v podobe „nie“. Keďže ľudské túžby, úsilia a zámery sú veľmi individualizované, *prvou osobitosťou schvaľujúcich pokynov v podobe „áno“ je, že stimulujú človeka k oveľa pestrejšej a rozmanitejšej činnosti ako odmietajúce signály v podobe „nie“.* Výsledkom odmietajúcich stimulov je zvyčajne väčšia alebo menšia pasivita.

Pri porovnávaní viacerých svetových jazykov zisťujeme, že slovná častica „áno“ (vari aj preto, že je zvyčajne stimulačným podnetom) má rozmanitejšie slovné vyjadrenie ako častica „nie“ (porovnaj tieto kladné častice — v ruštine „da“, v nemčine „ja“, vo francúzštine „oui“, v angličtine „yes“, v latinčine „ite“). Na druhej strane „nie“ sa vo väčšine svetových jazykov začína rovnakou hláskou „n“, ba neraz je aj slovne totožné. (Porovnaj tieto záporné častice napr. v ruštine „ne“, v nemčine „nein“, vo francúzštine „non“, v angličtine „no“, v latinčine „non.)*

Od včasnej mladosti až do neskorej staroby sa vzájomné pôsobenie človeka na človeka odohráva medzi povoľujúcim „áno“ a zabraňujúcim „nie“. Z gramatického hľadiska „áno“ a „nie“ sú slová, ktoré možno naplniť rozličným obsahom. „Áno“

---

* Túto terminologickú podobnosť možno pravdepodobne vysvetliť aj tým, že pri vzájomnom stretávaní sa príslušníkov cudzích jazykových skupín, ktorí si spravidla vo všetkých činnostiach skôr prekážali, bolo vo vzájomnej komunikácii neraz priam životne dôležité vedieť najprv to, čo sa zakazuje, a až potom to, čo sa dovoľuje. Keďže toho, čo sa povoľovalo, bolo medzi cudzími a spravidla nepriateľskými skupinami menej, termíny pre tento signál vznikali skôr vnútri skupiny, čo podmieňovalo aj ich terminologickú rozmanitosť.

môže znamenať zvolenie tak na vykonanie šľachetného, ako aj na vykonanie podlého činu. „Nie“ môže rovnako zabraňovať mravne zápornému ako aj kladnému správaniu. Preto je z gramatického hľadiska celkom zanedbateľné, či sa pri regulácii správania v medziľudskej komunikácii uplatňuje viac slovo „áno“, alebo slovo „nie“. Zanedbateľné to však nie je zo psychologického hľadiska. Pretože v ľudskej komunikácii pokyn „áno“ znamená súhlas s tým, čo by človek chcel, schvaľujúce pokyny a kladné signály sú pre adresáta oveľa príťažlivejšie ako ich protiklady. V jednom našom výskume označilo slovo „áno“ ako príťažlivé (pozri rámik č. 21) vyše 82 % respondentov (iba 10,4 % slovo „nie“). Vo výchove je všeobecne známe, že akékoľvek eticky oprávnené negovanie neželaného správania je len málo účinné, ak sa pri výchovnom pôsobení „proti“ (proti niečomu) neuplatňuje zároveň výchovné pôsobenie „za“ (za niečo). Tým sa dostávame k druhej osobitosti schvaľujúcich pokynov, ktorá spočíva v tom, že sa *nimi oveľa ľahšie reguluje ľudské správanie ako pokynmi v podobe záporných odpovedí.*

Poznatky o význame schvaľujúcich pokynov pri regulovaní ľudského správania možno aplikovať aj na presvedčovací proces. Sovietsky psychológ Š e p e l (1975, s. 103) formuloval požiadavku získať od spolubesedníka súhlasnú odpoveď už hneď na začiatku rozhovoru ako významné pravidlo ovplyvňovania. Aj empirické výskumy T a n n e n b a u m a (1956) naznačili, že komunikátor sa môže dostať do nepriazne, ak ako prvé obhajuje stanovisko, ktoré protirečí pôvodnému postoju poslucháčov. No ak sa pridŕža stanoviska, ktoré je v súlade s pôvodným postojom poslucháčov, získava súhlas.

Problémom však ostáva dosiahnutie súhlasnej a schvaľujúcej odpovede práve v presvedčovacom procese. Ako sme už spomenuli, každé presvedčovanie predpokladá názorové rozdiely. Keď niet názorových rozdielov, presvedčovanie nie je potrebné. Tento problém možno riešiť pri presvedčovaní najskôr metodikou kladných odpovedí. V rámci nej rozoznávame medzi úplným a čiastočným „áno“ a medzi kladnými odpoveďami získanými od recipienta a kladnými odpoveďami získanými od presvedčovateľa.

Kladné odpovede recipienta v podobe „úplného áno“ možno dosiahnuť spravidla vo dvoch prípadoch.

Vtedy, keď je recipient postavený pred také zrejmé argumenty, že odporovanie neprichádza vôbec do úvahy (napr. presvedčovateľ sa preukáže očividným alibi, že v danú chvíľu sa nenachádzal na mieste činu). Úspech presvedčovania teda závisí vždy od solídnych a primeraných argumentov. „Sapiens nihil affirmat quod non probet“ („múdry človek nič netvrdí, čo by nemohol dokázať“). Úplne kladné odpovede recipienta možno dosiahnuť aj vtedy, keď má s komunikátorom síce rovnaký názor na určitý problém, ale nemá úplnú istotu. Úlohou takejto komunikácie je posilniť jestvujúcu mienku, resp. sformovať ju na presvedčenie.

V ostatných prípadoch sa presvedčovateľ usiluje získať kladné odpo-

Rámik č. 21 *Najpríťažlivejšie slová*

Podľa toho, k akému obsahu sa viaže kladná alebo záporná slovná forma, z hľadiska recipienta môžeme hovoriť tak o dobrodení, ako aj o zle. Je však otázne, či to, čo platí z jazykovo-komunikačného hľadiska, platí rovnako aj zo psychologicko-komunikačného hľadiska. Odpoveď na otázku nám dal exploračný výskum, v ktorom sme 80 respondentom vo veku od 17 do 22 rokov predložili takúto úlohu:

„V tomto výskume vám budeme postupne čítať páry protikladných slov. Vašou úlohou bude, aby ste bez ohľadu na to, v akej súvislosti (v žiadúcej alebo nežiadúcej) by sa to-ktoré slovo dalo použiť, napísali to, ktoré je pre vás príťažlivejšie, teda to, ktoré sa vám viac páči. Ak sa neviete rozhodnúť, napíšte slovo „neviem“ (príloha č. 7).

Jednotlivé páry slov (bolo ich 26) sme z gramatického hľadiska rozdelili do troch skupín po piatich pároch takto:

I. priame kladno-záporné podnety uvádzané v druhej osobe (napr. smieš — nesmieš, nechoď — choď, nepríď — príď atď.);

II. priame kladno-záporné podnety vyjadrené v tretej osobe (napr. súhlasí sa — nesúhlasí sa, neprijíma sa — prijíma sa, povoľuje sa — zakazuje sa a pod.);

III. nepriame kladno-záporné podnety uvádzané v neurčitku (napr. nepodnecovať — podnecovať, dať — nedať, vziať — nevziať atď.);

Zvyšných 11 párov slov, medzi nimi aj „áno“ — „nie“, malo za úlohu maskovať zámer výskumu, a preto sa uvádzali v inej podobe (napr. leto — zima, hluk — ticho, oheň — voda a pod.).

Výskum ukázal, že z 1200 slov, ktoré respondenti vypísali, bola väčšina, t. j. 73,30 % kladných, 16,17 % záporných a 10,53 % neurčitých odpovedí.

Pri priamych podnetoch vyjadrených v druhej osobe bolo zo 400 vypísaných slov 75,3 % kladných, 14,2 % záporných a 10,5 % neurči-

vede aspoň v podobe parciálneho (čiastočného) „áno“. Presvedčovateľ riadi dialóg tak, že nezačína rozhovor tým, čím sa od recipienta odlišuje, ale tým, čím sa s ním zhoduje. Jednoducho usiluje sa získať čo najviac parciálnych „áno“, aby dosiahol úplné „áno“.

Šepel (1975, s. 103) vysvetľuje túto skutočnosť z psychologického hľadiska takto: „Ak už človek povedal „nie“, jeho hrdosť vyžaduje, aby zostal až do konca dôsledný. Neskôr môže získať dojem, že toto *nie* bolo nedorozumením, ale o to viac musí brať na vedomie svoju hrdosť. Ak povedal niečo, je nútený sa toho držať. Preto je veľmi dôležité viesť rozhovor tak, aby spolubesedník nestál pred nevyhnutnosťou ani možnosťou povedať nie.“

Ak efektívnosť vysvetľovania neraz závisí práve od jeho vecnosti a úspornosti, nie je to vždy tak pri

tých odpovedí. (Najviac sa páčilo slovo „príď“ a najmenej slovo „nepríď“.)

Pri priamych podnetoch vyjadrených v tretej osobe bolo zo 400 slov 78,3 % odpovedí kladných, 10,2 % odpovedí záporných a 11,5 % odpovedí neurčitých. (Najviac sa páčilo slovo „prijíma sa“ a najmenej jeho protiklad.)

V súvislosti s nepriamymi podnetmi uvádzanými v neurčitku bolo zo 400 napísaných slov 66,5 % kladných, 24,0 % záporných a 9,5 % neurčitých odpovedí. (Najviac sa páčilo slovo „dať“ a najmenej jeho opak.)

Explorácia podnetových slov jednoznačne ukázala, že recipientom sa viac páčia slová, ktoré sú uvedené v kladnej forme. Zdá sa, že gramatická forma slova vyjadrená v druhej alebo tretej osobe nevplýva na príťažlivosť slov. Ako významný sa však ukázal rozdiel medzi priamymi a nepriamymi podnetmi. Pravdepodobne kladná forma slova je o niečo menej príťažlivejšia a záporná forma slova zasa o niečo znesiteľnejšia, ak sú vyjadrené v neurčitku.

Aj druhá časť výskumu, v ktorej sme respondentov žiadali, aby z pätnástich podnetových slov (predtým sme ich vyznačili) opätovne podčiarkli 1—3 príťažlivé slová, ukázala, že zo 117 najatraktívnejších slov sa až 89,3 nachádzalo v kladnej forme a iba 10,73 % v zápornej forme.

Opakovaný výskum po jednom roku (so 120 adolescentmi) priniesol vo všetkých ukazovateľoch zhodné výsledky.

Výsledky naznačujú, že ľudia zvyknutí používať pri komunikácii prevažne kladnú formu viet, sú už z hľadiska svojej reči príťažlivejší a pravdepodobne toto všetko pozitívne sa odráža v ich persuáznych schopnostiach.

presvedčovaní. Pri vysvetľovacom dialógu je správne, ak sa čím skôr dostaneme k jadru problému, no takéto náhlenie sa nesmie uplatňovať pri presvedčovaní. Veď ak presvedčovanie začneme hneď tým, čo nás rozdeľuje, vyhliadky na úspech sa značne skomplikujú. Naopak, keď pri presvedčovaní naviažeme na osobné potreby a stanovisko presvedčovaného, pôvodné „nie“ sa mení na „áno“. V takomto prípade sa začína celá osobnosť recipienta zameriavať na našu ďalšiu argumentáciu kladne. Človek sa neuzatvára, nestavia sa do záporného postoja, ale je ochotný prijímať. Čím viac takýchto čiastočných „áno“ sa nám podarí získať, tým lepšie vyhliadky získavame aj na akceptovanie toho, v čom sa s recipientom rozchádzame. Skrátka, takýmto postupom sa do „hry“ dostáva mnoho jemných psychologických momentov, ktoré

recipientovi zabraňujú povedať „nie“, ako už predtým toľkokrát s nami súhlasil.

Úspech presvedčovacieho procesu však nie je podmienený iba súhlasnými reakciami recipienta, ale aj presvedčovateľa. Preto je žiadúce, aby sa podľa možnosti zámery, postoje a návrhy recipienta stretávali so súhlasnými odpoveďami presvedčovateľa. V metodike kladných odpovedí sa tento problém rieši uplatňovaním tzv. nepodmienených „áno“, ktoré možno vyjadriť formulou „áno“ bez ale“ (ita sine sed) a uplatňovaním tzv. podmienených „áno“, ktoré možno vyjadriť formulou „áno s ale“ (ita cum sed).

Príležitosť vysloviť nepodmienené „áno“ poskytujú presvedčovateľovi tie prípady, keď s ním recipient súhlasí. V týchto prípadoch by sa nemalo šetriť schvaľujúcimi odpoveďami. Iná situácia nastáva, keď recipient „nesúhlasí“ s presvedčovateľom. Aj tu však existuje výnimka, keď možno ešte vysloviť nepodmienené „áno“. Je to vtedy, keď na základe odpovedí recipienta zistíme, že sme sa mýlili. V interpretácii Šepela (1975, s. 103) je táto požiadavka sformulovaná do pravidla „ak nemáte pravdu, priznajte to rýchlo a rozhodne“. A dodajme, nebude to ani prvý, ani posledný raz, keď sa presvedčovateľ stane presvedčovaným. V ostatných prípadoch sa presvedčovateľ usiluje uplatňovať kladné odpovede aj v podobe podmieneného „áno“, čiže v podobe „áno s ale“.

Vyslovenie podmieneného súhlasu nie je jednoduchou záležitosťou. Jeho uplatnenie vyplýva zo špecifických analýz, predovšetkým z empatickej analýzy osobnosti recipienta a z psychologických prístupov k logickej štruktúre téz recipienta. V súvislosti s analýzou tézy sa psychologické prístupy zameriavajú najmä na jej diferencujúce a rezultatívne stránky.

EMPATICKÁ ANALÝZA

Empatická analýza vychádza z pohľadu presvedčovateľa na persuázny problém očami recipienta. Je to teda taká analýza, ktorá umožňuje presvedčovateľovi *„vcítiť sa“* do presvedčovaného. Napríklad často máme proti niekomu výhrady, prečo chodí do zamestnania, a neštuduje, prečo sa rozvádza, a opúšťa rodinu, atď. Takéto výhrady môžeme mať vtedy, keď sa na problém pozeráme iba svojimi očami. Ak sa tohto pohľadu vzdáme a na situáciu sa pozrieme očami kritizovaného, často pochopíme, že inak ani nemohol konať. Preto sa môže predchádzajúce neúprosné „nie“ zmeniť na zhovievajúce a všetko chápajúce „áno“. Empatia je teda osobitný psychický mechanizmus; umožňuje nám vžiť sa do márnivosti snoba, náruživosti kartára i do zvrátenosti zlodeja a vraha. Môže však z toho vyplývať, že pochopenie je to isté čo ospravedlnenie? Teda ako sa hovorí v jednom francúzskom príslovím: „Tout comprandre — toute pardonner“ — všetko pochopiť — znamená všetko ospravedlniť.

V skutočnosti na túto otázku nemožno odpovedať ani kladne, ani záporne, pretože empatická analýza sa týka dvoch zložiek toho istého javu. Prvá zložka spočíva v analýze súvislostí po sebe nasledujúcich ja-

vov, ktoré predchádzali nejakému činu. Druhá zložka zasa spočíva v analýze samého činu z hľadiska spoločenských noriem.

Najvhodnejšia príležitosť na uplatnenie kladnej odpovede v zmysle formuly „ita sine sed“ vzniká pri správaní, ktoré sa z hľadiska spoločenských noriem hodnotí ako individuálne *prípustné*. Ide o také správanie, ktoré nie je síce všeobecne najoptimálnejšie, no z hľadiska indivídua je účelné a optimálne. Teda „áno“, to znamená teraz už s tebou úplne súhlasím, pretože som ťa pochopil.

Príležitosť na uplatnenie kladnej odpovede v zmysle formuly „ita cum sed“ vzniká aj pri správaní, ktoré sa z hľadiska spoločenských noriem hodnotí ako *neuspokojúce*. Ide o také správanie, ktoré nie je všeobecne ani individuálne najoptimálnejšie, no za ktoré jedinec objektívne celkom nemôže. Sú to predovšetkým také nedostatky v správaní, ktoré sú podmienené rozličnými somatickými či psychickými poruchami. Jedinec teda za ne nemôže, no pri vhodnej autoregulácii a sebavýchove by ich mohol aspoň čiastočne kontrolovať. Teda „áno“, to znamená chápem ťa, ale v tvojom prípade sa môžeš ešte zlepšiť.

Príležitosť aplikovať kladnú odpoveď na základe formuly „ita cum sed“ sa naskytne aj pri správaní, ktoré sa z hľadiska spoločenských noriem hodnotí ako *priestupkové*. Je to také nežiadúce správanie, za ktoré je jedinec objektívne aj subjektívne zodpovedný. Presvedčovateľ však môže v zmysle „poľahčujúcich okolností“ brať do úvahy podmienky, za ktorých k priestupku došlo. Teda „áno“, to znamená, chápem ťa, že si bol vyprovokovaný, ale aj tak si nemal tak konať.

Pravda, určitý typ správania nie je vždy viazaný na jednu formulu kladnej odpovede. Okrem spomenutých typologických hodnotení existujú samozrejme výnimky. Napríklad prípustné správanie možno prijať aj podmieneným „áno“, ak sú možnosti, že sa ešte zlepší v súlade s individuálnymi osobitosťami jedinca. Na druhej strane neuspokojúce ba až priestupkové správanie možno prijať s nepodmieneným „áno“, ak nemá jedinec objektívnu možnosť zlepšiť svoje osobné nedostatky, príp. ak bola situácia, v ktorej sa priestupok odohral, taká náročná, že jedinec za svoje nežiadúce správanie nemohol.*

DIFERENCUJÚCA ANALÝZA

Diferencujúca analýza sa uplatňuje vtedy, keď sa pôvodná základná časť tézy, napr. „potrebujem dovolenku“, skladajúca sa z činiteľa deja (kto) a predmetu deja (čo), rozšíri o rozvíjajúcu časť tézy, ktorá obsahuje rozličné modality realizácie deja: čas (kedy), miesto (kde) a spôsob (ako). Napríklad „v júli potrebujem ísť s Čedokom na dovolenku“ (pozri str. 161).

Úlohou presvedčovateľa je rozvinúť pôvodnú tézu najrozmanitejšími modalitami jej uplatňovania. Pritom platí, že *čím viac je téza rozvinutá, tým väčšiu možnosť má per-*

---

* Podrobnejší výklad teoretických rozborov mravného hodnotenia jedinca vo vzťahu k jeho individuálnym psychologickým osobitostiam je v práci autora (G r á c, 1982, s. 40—69).

Tab. 9. *Teoretický rozpis modalít rozvíjajúcej časti tézy*

Poradové číslo	Modality realizovania potreby		
	kedy	kde	ako
1.	áno, ale inokedy	áno tam	áno tak
2.	áno vtedy	áno, ale inde	áno tak
3.	áno vtedy	áno tam	áno, ale inak
4.	áno, ale inokedy	áno, ale inde	áno tak
5.	áno vtedy	áno, ale inde	áno, ale inak
6.	áno, ale inokedy	áno tam	áno, ale inak
7.	áno, ale inokedy	áno, ale inde	áno, ale inak

suáder uplatniť rozličné typy kladných odpovedí, či už v podmienenej, alebo nepodmienenej podobe.

Teoretický rozpis v tab. 9 ukazuje, ako vzniká pri rozšírení pôvodnej tézy o tri základné modality 12 spôsobov aplikácie kladných odpovedí v zmysle formuly „ita cum sed“ a 9 spôsobov uplatnenia kladných odpovedí v zmysle formuly „ita sine sed“.

Čím viac modalít má rozvíjajúca časť tézy, tým väčšie možnosti vznikajú nielen z hľadiska aplikácie podmienených, ale aj z hľadiska nepodmienených kladných odpovedí, a to bez toho, aby presvedčovateľ musel základnú tézu recipienta prijať, alebo odmietnuť.

Ani najnepriaznivejšie odpovede, t. j. odpovede iba s podmieneným „áno“ (č. 7), nie sú ešte odmietnutím základnej tézy recipienta. No ani najpriaznivejšie odpovede, t. j. v našom prípade odpovede s dvojitým nepodmieneným „áno“ (riadok č. 1—3), zasa neznamenajú ešte prijatie tézy recipienta. Pri metodike kladných odpovedí sa teda presvedčovanie neuberá tým smerom, aby sa prijala, alebo odmietla pôvodná téza, ale aby sa prijalo to nové, čo sa rodí z analýzy rozvíjajúcej časti tejto tézy.

Ak pri ovplyvňovaní ľudí platí zásada, že najlepší spôsob, ako zvíťaziť v spore, je vyhnúť sa mu (Šepel, 1975, s. 102), potom pri stretnutí dvoch protikladných téz v procese presvedčovania predstavuje najlepší spôsob, ako sa vyhnúť sporu, zrieknuť sa hádky. Presvedčovanie pomocou rozličných typov kladných odpovedí pri analýze diferencujúcich téz je na to najvhodnejším prostriedkom.

REZULTATÍVNA ANALÝZA

Pri rezultatívnej analýze presvedčovateľ bez toho, aby uviedol svoj odlišný názor, berie na vedomie najprv tvrdenie recipienta, pokladajúc ho za zdanlivo pravdivé, a potom uvažuje, či výsledky (rezultáty), ktoré z tohto tvrdenia vyplývajú, popierajú, alebo potvrdzujú platnosť recipientovej tézy. Spôsob odmietnutia tézy v prípade, že sa z nej vyvodia nepravdivé výsledky,

sa v logike označujú ako reductio ad absurdum (privedenie k nemožnosti). Podľa N o ž i n a (1980, s. 120) „má tento spôsob zvyčajne veľký psychologický účinok . . .“, pričom techniku dôkazu redukciou k absurdnosti interpretuje takto: „zdanlivo sa pripustí, že nesprávna téza je pravdivá. Potom sa z nej vyvodia závery, ktoré sú, ako sa ukazuje, v rozpore so skutočnosťou (sú absurdné, nezmyselné). Napokon sa z toho vyvodí: keďže z tézy vyplývajú nesprávne závery, nesprávna je aj sama téza“.

Pretože pri takomto spôsobe sa nevychádza z antitézy presvedčovateľa, metodiku možno použiť najmä u jedincov so silným sklonom k negativizmu. U negativisticky zameraných recipientov totiž protikladná téza často vyprovokuje prejavy rivalizmu a súperivosti. Napríklad Franklyn H a i m a n tvrdí, že až 10 % probantov v jeho výberovom experimentálnom súbore patrilo ku chronickým „naysayers“ (protirečiaci). Podľa tohto autora možno reagovať primerane aj na tvrdohlavosť, ak poznáme osobnú charakteristiku recipienta. Psychologický mechanizmus pôsobenia na „tvrdohlavcov“ je podľa neho veľmi jednoduchý: „odporúčajte protiklad toho, čo chcete, ale buďte opatrní, aby sa závery neprehliadli“ (T h o m p s o n, 1975, s. 211). Takýto spôsob ovplyvňovania sa však často kritizuje, pretože predstavuje skôr jednu z techník manipulovania človeka človekom ako tvorivú spoluprácu pri utváraní presvedčenia. Napokon ovplyvňovaný čoskoro zistí, že „naletel“ a ovplyvňovanie je bezvýsledné.

Na inom metodickom princípe sa zakladá tzv. rezultatívna analýza tézy. Jej východiskom je opäť metodika kladných odpovedí v podobe formuly „ita cum sed“ — teda súhlasím s vaším tvrdením, ale ak má byť prijateľné tvrdenie A, musí byť prijaté aj tvrdenie B, príp. C, D i E, ktoré z neho logicky vyplývajú. Keď sú však výsledky (rezultáty) vyplývajúce z prijateľnosti tézy A úplné alebo prevažne neprijateľné, neprijateľnou sa stáva aj sama téza.

Uplatňovanie rezultatívnych analýz si vyžaduje určitú „zbehlosť“ v myšlienkovom modelovaní dôkazov. Viaceré podnety na utváranie takýchto myšlienok modelov nájde presvedčovateľ vo výrokovej matematike a vo výrokovej a predikátovej logike. Z matematiky sú známe najmä modely dôkazov z protikladu a z protirečenia. Napríklad ak treba dokázať, že v trojuholníku, v ktorom sú dva uhly rovnaké, sú rovnaké aj protiľahlé strany, dôkaz protikladu spočíva v tom, že ako pravdivá sa prijme najprv antitéza, t. j. že strany nie sú rovnaké. Z toho však vyplývajú nepravdivé výsledky protirečiace všeobecne prijatým geometrických axiómom, takže antitéza sa ukáže ako neprijateľná.

Z logiky je známy zasa myšlienkový model dokazovania na základe *protipríkladu*. Tento spôsob sa používa často v polemike, keď partner vysloví úsudok a my chceme poukázať na to, že jeho záver nevyplýva z jeho predpokladov („to ako keby si hovoril, že . . .“). Pritom sa usilujeme uviesť protipríklad, ktorý sa od partnerovho úsudku odlišuje len iným udeľovaním hodnôt voľným premenným v príslušnej

schéme. Výhodné je (ako ukazuje náš príklad) takéto dosadzovanie poznatkami z oblasti deduktívnej logiky a elementárnej matematiky.

Nesprávny úsudok:

Ak je jediným zmyslom života starať sa o deti, je nenormálne zanedbávať výchovu detí.
Jediným zmyslom života nie je starať sa o deti.
Nie je nenormálne zanedbávať výchovu detí.

Protiklad úsudku:

Ak $1 + 1 = 3$, tak $2 + 2 = 4$
Nie je pravda, že $1 + 1 = 3$
Nie je pravda, že $2 + 2 = 4$.

S dôkazmi na základe protikladu a protipríkladu treba narábať veľmi opatrne. Napríklad v súvislosti s platnosťou A a B môže nastať jeden z týchto prípadov:

1. A platí, B platí;
2. A neplatí, B platí;
3. A neplatí, B neplatí.

To znamená, že ak je A pravdivé, je vždy pravdivé aj B (1.). Ak však A nie je pravdivé, nehovorí to nič o pravdivosti alebo nepravdivosti B (2.) a (3.). Metóda protipríkladu je nespoľahlivá aj v tých prípadoch, keď je úsudok recipienta logicky správny iba formálne. Pripomíname, že úsudok môže byť vecne nesprávny aj vtedy, keď je formálne logicky správny.

4. METODIKA UPLATŇOVANIA APELOV

Apel je osobitný druh argumentu vo forme výzvy (napr. „spolieham sa na tvoju česť!“, „ty by si to nedokázal?“ a pod.). Osobitosť takýchto argumentov možno vyjadriť dvoma charakteristikami.

V prvom rade treba povedať, že apel je taký dôkaz, ktorého argumentačná sila spočíva predovšetkým v emocionálnom nátlaku na presvedčovanú osobu (lat. apelo, -are — oslovovať niekoho, dovolávať sa, vyzývať, volať na pomoc, domáhať sa niečoho od niekoho). Nie každý emocionálny vplyv však možno hodnotiť iba ako apel. Veď výrazne emocionálne môžu pôsobiť aj racionálne argumenty.

Apel je taký emocionálny argument, ktorý nemá ani tak hodnotu sám osebe, ako skôr v kontexte s tým, čoho sa výzva dotýka (napr. apel „ty by si to neurobil?“ nám sám osebe nič nehovorí). Racionálne argumenty v podobe faktov (napr. roku 1982 zomrelo na cestách 2271 ľudí) alebo logicky odvodené dôkazy však majú hodnotu aj bez svojho argumentačného kontextu.

Hovorí sa, že uplatnenie vhodného apelu je v presvedčovacom procese účinnejšie ako aplikácia desiatok racionálnych argumentov. Čo však možno rozumieť pod pojmom „uplatňovanie vhodného apelu“? Na túto otázku sa pokúsime odpovedať na základe klasifikácie apelov.

OBSAH APELOV

Apely rozdeľujeme najčastejšie podľa obsahu, t. j. podľa toho, na čo sa zameriavajú. Napríklad R y b á r (1980, s. 197) rozlišuje tieto apely: apel na *rozum* „zdravý rozum káže“, „posúďte sami“, „uvážte, že“); apel na *cit* („veľmi sa nás dotklo“,

„sme očarení“, „veľmi nás teší, že“); apel na *fantáziu* („predstavte si, že“, „mám to živo pred očami“, „vžite sa do jeho situácie“); apel na *vieru* „čestné slovo“, „dôverujem vám“); apel na *čin* („komu sa nelení, tomu sa zelení“, „nehovorme, ale podnikajme“); apel na *vôľu* („vydržíš, vieš si rozkázať“); apel na *náladu* („veselá myseľ všetko zmôže“, „nebolo tak zle, aby nebolo ešte horšie“). V takomto delení by sme mohli pokračovať aj ďalej, pretože logická operácia rozčleňovania je prakticky neobmedzená.

Ak pristupujeme k apelom z hľadiska zameranosti, do popredia vystupuje ich emocionálno-konatívna stránka. Napríklad aj rozumové apely sú apelmi nabádajúcimi ku konaniu. Na druhej strane ani jeden emocionálny apel nepôsobí na city len preto, aby samoúčelne „vyvolal cit“. Vo svojej podstate je emocionálnym nátlakom na regulovanie vôle, správania, konania a činov presvedčovaného.

Z hľadiska stimulácie a inhibície možno apely deliť na *„výzvy za“* a *„výzvy proti“*. Vo „výzvach za“ sa uplatňujú kladné apely (napr. „ty by si to nedokázal?“, „ty, ktorý máš takú inteligenciu, takú pamäť . . .“, „ty, ktorý si toľko študoval . . .“). Vo „výzvach proti“ sa zasa uplatňujú zvyčajne záporné apely (napr. „ty nemáš vôbec rozum, cit, vkus“ . . .). Uplatňovanie záporných apelov sa však zo psychologického hľadiska hodnotí ako nesprávna argumentácia. Recipient sa môže v takomto prípade cítiť nepríjemne dotknutý a urazený a persuázny problém sa rozširuje o otázky, ktoré boli uvedené v záporných apeloch. Nie náhodou sa potom recipient usiluje dokázať nielen svoju tézu, ale aj to, že je rozumný, citlivý, má vkus atď. Rozširovaním problémov sa však znemožňuje vlastné presvedčovanie, pretože sa často mení na hádku. Nesmieme zabúdať, že inhibične sa dá pôsobiť aj „výzvami za“ (napr. apelujem na tvoj rozum, na tvoj cit, na tvoj vkus).

Z hľadiska prežívania môže presvedčovateľ vyjadrovať svoje apely buď *expresívnym, alebo impresívnym spôsobom.* Pri expresívnom spôsobe vyjadruje človek prežívanie apelov vo vzťahu k druhým ľuďom. Pri impresívnom spôsobe vyjadruje človek prežívanie apelov zasa vo vzťahu k sebe (napr. „ja by som to iste dokázal“, „na mňa sa možno spoľahnúť“). Uplatňovanie impresívnych apelov je zriedkavejšie, no v odôvodnených prípadoch sa nesmie zanedbať. Ich psychologická účinnosť stúpa nielen vtedy, keď ich vyslovia jedinci s vysokým spoločenským postavením (napr. autority), ale aj jedinci, ktorí majú z hľadiska prestíže nižšie postavenie ako recipient. Napríklad apely „ja, aj keď nie som odborník, by som to urobil“ alebo „ja, hoci som len slabá žena, by som to dokázala“ — pôsobia veľmi podnetne, ba často priam provokujú k činnosti. Veľmi sugestívne pôsobia aj apely v podobe citových impresií („mne sa to veľmi páči!“, „aké je to krásne!“, „som očarený!“), pretože motivačná sila estetických hodnôt je determinovaná spoločensky.

Aké hodnoty treba do apelu „dosadiť“, aby bol čo najefektívnejší? Keďže hodnoty sú determinované potrebami, niektorí autori sa do-

mnievajú, že najúčinnejšie sú tie apely, ktoré súvisia so záľubami ľudí a všetkým tým, čo je pre nich príjemné. V skutočnosti by však takáto hedonistická orientácia nebola najefektívnejšia. Správne na tento problém odpovedá P o p o v (1975, s. 128), keď píše: „Niektorí zanovito tvrdia, že presvedčovaný sa prikláňa iba k tým tvrdeniam, ktoré sú mu výhodné alebo príjemné. Nie je to pravda. Ľudia sú za vysoké dane, za povinnú vojenskú službu, za nepríjemné obmedzenia bez ohľadu na nepríjemnosti a straty s nimi spojené. Presvedčovať, to neznamená agitovať a neočakávať činy."

Ak sa pozeráme na tento problém zo psychologického hľadiska, zistíme, že efektívnosť apelu závisí od poznania hodnotovej orientácie a hodnotového systému recipienta. Ani psychológ však nemôže vždy poznať dominantné hodnoty toho, koho chce ovplyvniť, aj keď existujú niektoré všeobecné metodické odporúčania. Podľa nich je efektívny skoro vždy ten apel, ktorý sa odvoláva na ušľachtilé myslenie a intelekt presvedčovaného (H a r i n g, 1980, s. 62). Mimoriadne účinné sú apely, ktoré sa dotýkajú vnútorných etických hodnôt recipienta, napr. apely na svedomie, česť, zmysel pre spravodlivosť, objektívnosť, apely na lásku k vlasti, osobnú statočnosť alebo sebaúctu, ale aj výzvy v mene ľudskosti a pokroku. Ich účinnosť sa vysvetľuje skutočnosťou, že ten, kto sa neriadi predneseným apelom, akoby súhlasil, že nie je čestný, spravodlivý, statočný, ľudský alebo pokrokový atď.

Značnú stimulujúcu silu majú aj *sociálne apely*, a to predovšetkým tie, ktoré pôsobia v mene primárnej alebo referenčnej skupiny (apel na rodinu alebo školu). Účinnosť výzvy „čo by na to povedal tvoj otec (matka, učiteľ)?" je samozrejmá a jej ironická formulácia „tak vás to učia doma (v škole)?" to iba potvrdzuje.

FORMA APELOV

Z gramatického hľadiska apely možno deliť podľa slovnej (je podmienená uplatňovaním zámen) a vetnej formy (je podmienená druhom vety). Každá gramatická forma apelu má však zároveň aj svoju psychologickú stránku. Určitý tvar apelu môže byť totiž pre recipienta viac či menej príťažlivý, príp. viac či menej odpudzujúci. Nie je teda náhodné, že sa forma apelov stala predmetom záujmu tak lingvistov, ako aj psychológov.

Slovná forma apelov sa stáva predmetom psychologických analýz pri riešení rozličných otázok, ktoré súvisia s účinnosťou výziev z hľadiska ich adresnosti. Podľa adresnosti rozlišujeme apely direktné, indirektné alebo kombinované. Priame apely sa vyjadrujú v druhej osobe jednotného alebo množného čísla, napr. „ty to iste dokážeš!" alebo „na vás sa dá vždy spoľahnúť". Naproti tomu v tretej osobe jednotného a množného čísla sa vyjadrujú nepriame apely, napr. „iste sa nájde niekto, kto to dokáže" alebo „vždy sa nájdu ľudia na ktorých sa dá spoľahnúť". Kombinovaný apel* sa vy-

* Termín kombinovaný apel je odvodený z toho, že zámená „ty", „vy" a „on", „ona", „ono", „oni" a „ony" sú nahradené zámenom „my".

jadruje v prvej osobe množného čísla, napr. „my to iste dokážeme“ alebo „na nás sa možno vždy spoľahnúť“. Každý z týchto apelov má svoju psychologickú hodnotu, a tým aj opodstatnenie uplatniť sa.

Direktné apely majú v sebe značnú stimulačnú silu. Ak sú primerane a presvedčivo vyjadrené, pôsobia ako „spúšťače“ správania recipienta a uplatňujú sa zväčša na konci presvedčovacieho procesu. Nie náhodou má väčšina persuáznych apelov práve takúto direktnú podobu. Úspešnosť direktných apelov nie je však absolútna. Dobre sa uplatňujú v pomerne jednoduchých situáciách, kde je recipient viac-menej naklonený prijať to, čo sa od neho žiada. Naproti tomu v prípade, keď má recipient utvorený výslovne protikladný obraz so silne zafixovaným protikladným postojom, môže apel vyznievať nepresvedčivo, ba až trápne.

Indirektné (neosobné) apely sa zasa pomerne dobre uplatňujú u jedincov, u ktorých je dominantným regulátorom správania sociálna prestíž. Keď persuáder vyjadruje presvedčenia, že existuje niekto, príp. viac ľudí, ktorí dokážu splniť požadovanú úlohu, recipient sa porovnáva s inými, a tým ho nepriamo vedie k prijatiu toho, čo od neho žiada. Žiaľ, uplatňovanie týchto apelov má takisto svoje obmedzenia. Nemožno ich aplikovať u jedincov, u ktorých by mohli vyprovokovať nežiadúcu prestíž v podobe rivality; predsa nemožno dosahovať *ušľachtilé* ciele *neušľachtilými* prostriedkami.

Adresne *kombinované apely* majú veľký psychologický význam, pretože presvedčovateľ prijíma v tomto prípade úlohu presvedčovaného. Totiž zámeno „my“ zahrnuje nielen „ty“, „vy“, „on“, „oni“, ale aj „ja“. Teda všetko to, čo sa vzťahuje na recipienta, sa vzťahuje aj na presvedčovateľa. Čím väčšiu autoritu má presvedčovateľ, tým väčší je vplyv jeho spoluúčasti na rozhodovaní recipienta. Takýto spôsob apelu sa môže aplikovať najmä u tých, ktorí sú „alergickí“ na priame apely, príp. u ktorých vyvolávajú takéto apely kontraverzné správanie. Nemôžu ich však používať tí, ktorí sa nijako nezúčastňujú, ani nezainteresovávajú na plnení úlohy toho, od koho ju žiadajú. Výzva — „my by sme to nedokázali?“ — z úst oblečeného, ktorý presvedčuje nahého, aby skočil do studenej vody, znie bizarne. Práve preto sa tu zainteresovanosťou nerozumie iba prípadové podnecovanie, ale aj také podnecovanie, ktorým sa presvedčovateľ aspoň sprostredkovane angažuje za plnenie úloh toho, koho presvedčuje.

Vetná forma apelov sa dostáva do popredia záujmu psychológie vtedy, keď treba odpovedať na otázku, ktorý vetný druh apelu (rozkazovací, oznamovací, opytovací) je najúčinnejší (pozri rámik č. 22). Totiž aj používanie rozličných vetných foriem má svoje psychologické odôvodnenie. Keďže apel má predovšetkým stimulačnú funkciu, často sa vyjadruje zvolacou vetou. Časté sú však aj apely vyslovené ako rozkazy. Problematické sa ukazuje uplatňovanie apelov v oznamovacej vete, pretože táto vetná forma nedisponuje takou podnecujúcou výzvou. Ak

Rámik č. 22 *Nie je výzva ako výzva*

Vplýva na príťažlivosť apelov používaných pri presvedčovaní aj ich vetná forma? Ak áno, tak ktorá? Odpoveď na túto otázku sme hľadali pomocou exploračného výskumu, v ktorom sme 102 pokusných osôb (vo veku od 18 do 21 rokov) postavili do takejto situácie:

„Spomeňte si na niektorý zo svojich najvážnejších pracovných zámerov, o vykonaní ktorého už dlhší čas uvažujete a až dosiaľ ste neistí, či sa vám ho podarí uskutočniť. Tento zámer si označte nejakým krycím kódom (číslom alebo písmenom). Teraz si predstavte presvedčovaciu situáciu, v ktorej vás priateľ nabáda, aby ste svoj zámer uskutočnili. Okrem uvádzania argumentov pôsobí na vás aj niektorou z nasledujúcich výziev (nasledovalo 18 apelov, ktoré boli z hľadiska slovnej formy rozdelené do troch skupín). V každej skupine sa apely medzi sebou líšili podľa toho, v ktorej osobe a ako boli uvedené. Takto vznikli apely v informačnej (oboznamujúcej) forme: 1. „my to dokážeme“, 2. „iní to dokážu“, 3. „to sa dá dokázať“, 4. „ja by som to dokázal“, 5. „ty to dokážeš“, 6. „niekto to dokáže“; apely v interogatívnej (opytovacej) forme: 7. „že by som to nedokázal?“, 8. „že by si to nedokázal“, 9. „že by to nik nedokázal?“, 10. „že by sme to nedokázali?“, 11. „že by to iní nedokázali?“, 12. „že by sa to nedalo dokázať?“; apely v imperatívnej (dôraznej) forme: 13. „niekto to musí dokázať!“, 14. „musíš to dokázať!“, 15. „ja by som to musel dokázať!“, 16. „to sa musí dokázať!“, 17. „musíme to dokázať!“, 18. „iní to musia dokázať!“.

Prvou úlohou respondentov bolo zakrúžkovať poradové číslo troch najpríťažlivejších apelov. Zo zakrúžkovaných najpríťažlivejších apelov mali podčiarknuť ten, ktorý im najviac imponuje. Napokon mali zdôvodniť, prečo pokladajú podčiarknutý apel za najatraktívnejší.

Zistili sme, že relatívne najpríťažlivejšie pôsobia apely v informačnej podobe (získali 56,3 % údajov), potom apely v rozkazovacej forme (25 % údajov) a najmenej príťažlivé sú apely v opytovacej forme (získali iba 18,7 % údajov). Medzi najatraktívnejšie výzvy sa

si však uvedomíme, že apely sa často vyjadrujú aj v porekadlách, príslovia a úsloviach, teda v oznamovacích vetách, napr. „komu sa nelení, tomu sa zelení“, „kto počtuje, ten gazduje“, „v zdravom tele, zdravý duch“, no neraz aj v aforizmoch, o opodstatnenosti takejto gramatickej formy apelu netreba diskutovať.

Na prvý pohľad je sporné vyjadrovanie apelov v opytovacej forme (napr. „dokázali by ste to?“, „dalo by sa v tom na vás spoľahnúť?“). Opytovací apel totiž obsahuje akúsi neistotu vo vzťahu k tomu, čo sa má urobiť. Nie je výzvou k činu, ale viac-menej akoby vyjadroval rozpaky o možnostiach jeho realizovania.

zaradil apel č. 5 — „ty to dokážeš“ (53 % údajov), apel č. 3 — „to sa dá dokázať (20 % údajov), apel č. 17 — „musíme to dokázať!“ 13 % údajov) a napokon apel č. 14 — „musíš to dokázať!“ (7 % údajov).

Druhou úlohou skúmaných osôb bolo prečiarknuť poradové číslo troch najnevhodnejších apelov, potom z nich prečiarknuť ten, ktorý odmietajú najviac, a napokon zdôvodniť, prečo pokladajú prečiarknutý apel za najnevhodnejší.

Pri analýze odpovedí sme zistili, že relatívne najnevhodnejšie pôsobia apely v imperatívnej forme (47 %), potom apely v informačnej forme (33 %) a najmenej „odpudivé“ sú apely v interogatívnej forme (20 %). Medzi najnevhodnejšie apely sa zaradil apel č. 14 — „musíš to dokázať!“ (35 % údajov), apel č. 2 — „iní to dokážu“ (25 % údajov), potom apel č. 18 — „iní to musia dokázať!“ (18 % údajov) a napokon apel č. 4 — „ja by som to dokázal“ (13 % údajov).

Na základe výsledkov možno konštatovať, že sa nezistila celkom jednoznačná reakcia respondentov v tom zmysle, že tá forma apelu, ktorá je najviac príťažlivá, je zároveň aj formou, ktorá najmenej odpudzuje. Ako najvhodnejšia sa ukázala informačná forma, pretože najviac priťahuje a iba „stredne“ odpudzuje. Neutrálna je interogatívna forma, pretože najmenej priťahuje, no zároveň vyvoláva najmenší odpor. Najmenej vhodnou sa ukázala imperatívna forma — iba „stredne“ priťahuje, no najviac odpudzuje. Táto nejednoznačnosť sa prejavila aj pri posudzovaní jednotlivých apelov. Medzi štyrmi najatraktívnejšími a štyrmi najnevhodnejšími je polovica informačných a polovica imperatívnych výziev. Dokonca apel č. 14 sa zaradil zároveň medzi najviac i najmenej atraktívne.

Rozdielne percentuálne zastúpenie jednotlivých údajov však upozorňuje, že nie každá slovná forma apelu je pre recipienta rovnako prijateľná. Nazdávame sa, že výsledky exploračnej sondy môžu byť už v tejto podobe užitočným východiskom ďalších výskumov a úvah.

Okrem toho opytovacia forma apelu nevedie k vyjadreniu mienky toho, kto je už presvedčený, teda persuádera, ale mienky toho, kto je ešte presvedčovaný (recipienta). To všetko upozorňuje, že uplatňovanie opytovacích apelov by mohlo niekedy skôr škodiť ako prospievať. Aplikovanie takýchto apelov má však tak-

isto opodstatnenie. Odôvodnené sú najmä vtedy, keď sme si istí, že na vyslovenú otázku dostaneme želanú odpoveď. Psychologický zmysel opytovania spočíva v tom, že opýtaný sa vyslovuje k tomu, čo si už „zvnútornil“, čím v sebe posilňuje vedomie dobrovoľného a autentického rozhodnutia.

V presvedčovacom procese sa môžu apely používať samostatne alebo v úzkej nadväznosti na ostatné druhy argumentov. Samostatne sa používajú spravidla len v jednoduchých situáciách. Inokedy sa však presvedčuje pomocou celej série starostlivo vybraných výziev, čo však môže psychicky pôsobiť ako nátlak na presvedčovaného. Výsledok takéhoto ovplyvňovania je teda problematický, pretože tu už nemôžeme hovoriť iba o presvedčovaní, ale aj o psychickom nátlaku. Na druhej strane o uplatňovaní apelov je známe, že ich frekvencia je často nepriamoúmerná ich účinnosti. Čiže stretávame sa pri nich s podobným javom ako pri používaní odmien alebo trestov vo výchove, a preto aj pri apeloch platí, že menej môže byť niekedy viac.

Uplatňovanie apelov sa má podriaďovať tak vekovým a individuálnym osobitostiam recipientov, ako aj obsahu presvedčovania. Všeobecne platí, že čím je človek mladší, tým viac sa dá ovplyvňovať apelmi. (Spomeňme si, že presvedčovanie dieťaťa v predškolskom veku sa uskutočňuje predovšetkým pomocou argumentov typu apelov.) Vekom vnímavosť na apely klesá, no stúpa význam racionálnych argumentov. S väčšou vnímavosťou na racionálne argumenty ako na apely sa stretávame aj u intelektuálne vyspelých ľudí. (U niektorých rozumovo vyspelých jedincov však môže častá apelizácia vyvolať opačný účinok.) Na druhej strane platí, že čím je obsah presvedčovacej problematiky intelektuálne menej náročný, tým výhodnejšia (takmer bez ohľadu na vek) je argumentácia apelmi. Pripomeňme si, že podnecovanie k zvýšenému telesnému výkonu (napr. v športe) sa uskutočňuje prevažne apelmi. Celkom iná situácia je však pri presvedčovaní ľudí v zložitých otázkach (napr. svetonázorové otázky). V tomto prípade treba používať adekvátne racionálne a emocionálne argumenty, no s argumentmi typu apelov sa musí narábať veľmi opatrne.

5. METODIKA INDIREKTNÉHO PÔSOBENIA

Presvedčovanie patrí k metódam direktného (priameho) pôsobenia, a to tak vo výchove, ako aj pri ovplyvňovaní ľudí v každodennom živote. To však neznamená, že všetko, čo sa v rámci tejto metódy robí, musí mať vždy iba priamu bezprostrednú podobu. Aj presvedčovanie ráta s niektorými metodikami nepriameho alebo aspoň čiastočne nepriameho pôsobenia. V tejto kapitole si rozoberieme dve základné metodiky — bagatelizovanie problému humorom a nepolemizovanie s antitézou. Psychologické výskumy v tejto oblasti sú však dosiaľ veľmi chudobné, a preto naše rozbory možno chápať iba ako teoretické predpoklady, ktoré ešte len čakajú na svoje empirické overenie.

BAGATELIZOVANIE PROBLÉMU

Bezprostredné skúsenosti naznačujú, že jeden z účinných prostriedkov prekonania protirečiaceho názoru recipienta spočíva aj v jeho bagatelizovaní, čiže zľahčovaní alebo podceňovaní (franc. bagatelle — ma-

ličkosť, šepleta). Pre túto osobitosť však môže byť bagatelizovanie zároveň aj veľmi riskantným riešením persuáznych problémov. K subjektívne najprijateľnejším spôsobom bagatelizovania patrí humor, vtip a príp. irónia.

Psychologické výskumy o pôsobnosti humoru v persuáznych situáciách sú sporadické a len málo reprezentatívne. Je to aj preto, že účinnosť humoru závisí od viacerých faktorov, ku ktorým patria nielen osobitosti recipienta, persuádera a persuázneho problému, ale aj charakter použitého vtipu alebo irónie. O bagatelizovaní problému humorom sa možno vyjadriť teda iba veľmi všeobecne — skôr na základe dedukcií ako na základe príslušných empirických výskumov.

Humor je slovo latinského pôvodu (znamená vlhkosť, tekutinu). Dnes pod týmto pojmom rozumieme tzv. šťavnaté slová a činnosti, ktoré vyvolávajú veselosť. „Zosmiešniť názor", písal P i s a r e v (1955), „znamená doviesť ho k absurdnosti a ukázať tak jeho nepodloženosť; musí sa to však vykonať rýchlo a zrozumiteľne, aby argumentácia neunavovala . . ., aby bola sústredená do jedného epitetu, do jednej vtipnej narážky, do jedného veselého žartu . . ." Medzi najodporúčanejšie vtipy persuázneho humoru patria historky o sebe samom, ktoré sa spájajú s nejakou neobyčajnou udalosťou a v ktorých je smiech nad sebou samým zároveň aj smiechom nad nedostatkami recipienta.

Rozhodujúcim typom humoru pri bagatelizovaní problému je *irónia*. Irónia je slovo gréckeho pôvodu a znamená jemný až skrytý výsmech. Niektorí autori (R y b á r, 1980, s. 185) charakterizuje iróniu ako náhradu a doplnok logickej argumentácie.

Ako sme už spomenuli, znakom irónie je vysmievanie sa a odsudzovanie rozličných negatívnych javov, napr. ľudských slabostí, ale aj nerestí. Teda irónia je výsmech, no nesleduje iba zábavu pre zábavu, pretože má svoje zameranie. Toto zameranie alebo účelnosť obrazne vyjadruje starolatinské príslovie „ridendo dicere verum" (smejúc sa povedať pravdu). Správne používanie irónie má výchovný význam. Veľký francúzsky dramatik Molièr napr. napísal: „Nič tak nepôsobí na ľudí ako zobrazovanie ich nedostatkov. Zasadzujeme ľudským chybám veľký úder, keď sa im vysmievame. Pokarhanie znášajú niekedy ľudia ľahšie ako smiech. Dokážu byť niekedy zlí, ale nie smiešni." V týchto Molièrových slovách je veľa pravdy. Veď život ukazuje, že výsmechu sa bojí aj ten, kto sa už nebojí takmer ničoho.

Skutočná výchovná irónia nespočíva, ako sa mnohí domnievajú, v „šaškovaní", ale je výrazom váženého a kritického pohľadu na život a svet. Nie náhodou sa duchaplné ironické poznámky vždy pripisujú veľkým osobnostiam, ktoré sa vedeli povzniesť nad priemer života bez toho, aby sa spreneverili a odcudzili samému životu.

Z metodického hľadiska ovplyvňovanie ľudí v intenciách irónie predpokladá slpnenie viacerých požiadaviek.

Prvou požiadavkou je, aby neboli predmetom irónie kladné, ale jedine záporné javy. Keby sa irónia vy-

smievala kladnému, prestala by byť iróniou a zmenila by sa na sarkazmus (pichľavosť, uštipačnosť) a cynizmus (hanebné a vyzývavé pohŕdanie všeobecne prijatými pravidlami mravnosti a slušnosti).

Druhou požiadavkou je, aby sa irónia zameriavala len na nedostatky, a nie na celú osobu. Teda ak zosmiešňujeme osobné nedostatky, nemusíme ešte „odpisovať" celého človeka. Rozlišovanie negatívnych a pozitívnych javov je pri ironizovaní prvým predpokladom jeho výchovnej účinnosti.

Treťou požiadavkou je, aby irónia zveličila a nadsadila negatívny jav. Totiž práve v tomto zveličení a nadsadení je podstata zosmiešňovania.* Pretože pri irónii sa pracuje slovom, nadsadenosť sa môže okrem zveličovania dosiahnuť aj štylistickými obratmi, pri ktorých úmyselne tvrdíme opak toho, čo si o veci myslíme (napr. „bubon môže prekričať orchester, ale nemôže ho nahradiť").

Stáva sa, že vhodne uplatnená ironická poznámka pôsobí na recipienta silnejšie ako desiatky starostlivo vybraných faktických alebo logických argumentov. Napríklad lekári by mohli uviesť viacero príkladov zo svojej praxe, keď ich vtipná poznámka, bagatelizujúca podozrenie na vážne ochorenie, zaúčinkovala na úzkostlivého pacienta presvedčivejšie ako predkladanie mnohých objektívnych výsledkov. Je to však vždy takto? Nevyvoláva tu niekedy práve bagatelizovanie opačnú reakciu? To všetko sú otázky, na ktoré nemožno odpovedať len na základe teoretických úvah a individuálnych životných skúseností, ale vyžadujú si zorganizovať aj primeraný psychologický výskum.

NEPOLEMIZOVANIE S ANTITÉZOU

Každé presvedčovanie predpokladá nejaký opačný názor alebo opačný postoj, čiže antitézu. Keby antitéza neexistovala, nebolo by ani potrebné presvedčovanie. Stačila by oveľa jednoduchšia metóda ovplyvňovania, a to vysvetľovanie. Napriek tomuto sa niekedy pri presvedčovaní postupuje tak, akoby antitéza ani neexistovala. Metodiku vychádzajúcu z takýchto spôsobov presvedčovania môžeme nazvať aj metodikou ignorácie antitézy. Uplatňuje sa spravidla v troch prípadoch.

1. Nepolemizovanie s protikladnou mienkou alebo postojom druhej osoby sa v presvedčovacom procese používa vtedy, keď je protikladný postoj recipienta tak slabo, neúplne alebo neadekvátne podložený dôkazmi, že sa ním ani netreba zaoberať. (Subjektívne si však recipient svoj názor, aj keď je nedostatočne argumentovaný, váži, a preto je ignorácia antitézy zo strany presvedčovateľa vždy riskantným postupom.)

2. Presvedčovanie spočívajúce v nepolemizovaní s antitézou je nevyhnutné aj vtedy, keď presvedčovateľ nepozná, príp. celkom nepozná protikladnú mienku recipienta.

---

* Určitú analógiu v tomto smere nachádzame v karikatúrach. Ak sa chce karikaturista niekomu vysmiať, že má veľké uši, namaľuje mu ich abnormálne veľké, ale ostatné časti tela nakreslí pokiaľ možno čo najvernejšie. Keby zosmiešňoval všetky časti tela, kritizovaný by sa nepoznal a karikatúra by stratila svoj význam.

(Takéto prípady sa vyskytujú najmä pri prednáškach, keď prednášateľ nepozná poslucháčov. Inokedy môže protikladné mienky svojich poslucháčov prednášateľ aj poznať, ale pre ich nesúrodosť a rôznorodosť sa prakticky ich rozborom nemôže zaoberať.)

3. Presvedčovanie ignorovaním antitézy sa uplatňuje najčastejšie vtedy, keď antitézu reprezentujú názory a postoje na veľmi chúlostivé a diskrétne otázky, ktorých sa síce recipient môže tvrdošijne držať, ale o ktorých nechce otvorene hovoriť. Takouto chúlostivou otázkou môže byť napríklad problém odsunu rodiča do domova dôchodcov. Ide tu o zámery, ku ktorým jedinec už v myšlienkach dospel, ale ktoré sa ešte zatiaľ neodvažuje povedať druhým, teda neodvažuje sa ich zverejniť. Preto je nepolemizovanie s protistanoviskom v takomto prípade nielen nevyhnutnou, ale psychologicky aj veľmi účinnou metodikou.

Pre takéto chúlostivé a diskrétne zámery recipientov je príznačné, že vznikajú akoby za „bezsenných nocí"; sú veľmi starostlivo zastierané inými problémami. Spravidla sa recipient vyjadruje v analógiách, za ktorými sa skrýva to, čo sa ešte neodvažuje verejne povedať. Psychologicky sa človek k takýmto analógiám zvyčajne dostáva na základe racionalizácie, t. j. takého rozumového skreslenia skutočnosti, ktoré by bolo prijateľné nielen subjektívne, ale aj objektívne.

Metodika presvedčovania bez polemizovania so stanoviskom recipienta je v psychológii prebádaná azda najmenej. Preto môžeme efektívnosť argumentov presvedčovateľa zvažovať iba hypoteticky. No skutočnosť, že recipient sa ešte neodhodláva otvorene vystúpiť na obranu svojho stanoviska (veď preto volíme metodiku nepolemizovania alebo náhradného polemizovania v analógiách, parabolách, alegóriách či inotajoch), znamená, že jeho správanie reguluje predovšetkým *verejná mienka,* teda to, čo „by tí druhí na to povedali". Z toho vyplýva, že v súvislosti s uplatňovaním metodiky nepolemizovania môžu ovplyvniť skrývané alebo zastreté názory recipienta najviac také argumenty, ktoré nadväzujú na potrebu jeho spoločenského uznania a prestíže.

V živote sa môžeme stretávať s ľuďmi, u ktorých určité názory a stanoviská dozrievajú, no zatiaľ sa ich nositelia neodvažujú verejne formulovať. Je to najčastejšie preto, že tieto rodiace sa názory a stanoviská sú často v protiklade so spoločenskými normami a morálkou. To, že títo jedinci svoje stanovisko otvorene nepovedia, síce značne sťažuje ich ovplyvňovanie, no celkom ho neznemožňuje. Vhodným východiskom presvedčovania sú v takomto prípade argumenty, ktoré sa opierajú o verejnú mienku, alebo argumenty, ktoré vychádzajú z potreby sociálneho uznania recipienta. Ak vychádzame zo všeobecného poznatku, že aj prijatie argumentov je determinované ľudskými potrebami, potom nie je najúčinnejší ten argument, ktorým sa neutralizuje a neguje nejaká potreba, ale argument, ktorý ukazuje, ako môže danú potrebu (v našom prípade potrebu sociálneho uznania) recipient aj po prijatí protikladného postoja alebo presvedčenia ešte uspokojiť, príp.

jej uspokojenie aspoň kompenzovať inou modifikovanou potrebou sociálnej prestíže.

6. METODIKA INTERVENUJÚCICH VPLYVOV

Intervencia je slovo latinského pôvodu a rozumieme ním bežne nejaké zakročenie alebo sprostredkovanie.

Jednou zo základných podmienok uplatňovania metodiky intervenujúcich vplyvov je existencia vhodných situácií, v ktorých sa u recipienta aktivizujú rozličné psychické mechanizmy, napr. saturácia potrieb, exteriorizácia alebo redukcia napätia. Podľa toho, ako tieto situácie presvedčovateľ sprostredkováva na dosiahnutie svojich zámerov, rozoznávame niekoľko spôsobov intervenujúcich vplyvov: posilňovanie, zverejňovanie, navodzovanie a inscenovanie. Posilňovanie súvisí so saturovaním potrieb, zverejňovanie a navodzovanie súvisia zasa s exteriorizáciou. Pri inscenovaní ide o redukciu rozličných stavov psychického napätia.

POSILŇOVANIE

Leontiev (1971, s. 1—12) pokladá za základ motívu potreby. Potreba je vo svojej biologickej podobe stavom organizmu, v ktorom sa odrážajú jeho objektívne nedostatky. Potreby na subhumánnej úrovni majú signálny charakter, t. j. regulujú sa na základe vonkajších i vnútorných signálov; na úrovni človeka majú potreby spoločenský charakter. To znamená, že sa poľudšťujú aj biologické potreby, čiže majú ideačný charakter. Napríklad potrava je rovnako potravou pre hladného i nasýteného a preto človek vynakladá veľkú aktivitu, aby potravu vypestoval a chránil bez ohľadu na súčasný stav organizmu. Leontiev charakterizuje tento stav tak, že ľudské potreby sú akoby „odviazané“ od objektívneho stavu potrieb organizmu. Aj hlad, ktorý človek uspokojuje inými objektmi (varené mäso, stolovanie a pod.), je podľa Marxa iný ako hlad zvierat.

Na základe tohto treba rozlišovať medzi tým, čo je v organizme alebo v osobnosti, a medzi tým, čo je mimo neho (alebo nej), teda treba rozlišovať medzi impulzmi a incentívami. Podľa Hyhlíka a Nakonečného (1973, s. 76) sú „impulzy endogénne podnety, signalizujúce nejakú zmenu v tele alebo v mysli; incentívy sú vonkajšie podnety vzťahujúce sa vrodene alebo naučene k impulzom. Impulzmi sú napr. také stavy tela ako hlad alebo únava a také stavy mysle ako zážitky straty dôvery, lásky alebo opory. Incentívami sú objekty alebo situácie, signalizujúce uspokojenie hladu, odstránenie únavy alebo zážitku straty dôvery, lásky či opory.“ Diferenciácia impulzov a incentív, (ako dvoch kategórií podnetov spojených s potrebou a motívom) je užitočná, pretože nám umožňuje rozlišovať medzi tým, čo signalizuje vznik potreby (impulzy), a tým, čo signalizuje jej redukciu (incentívy). Teda incentívami sú vlastnosti určitých objektov, ktoré majú vzťah k uspokojeniu potrieb človeka.

Ak je jednou zo základných podmienok presvedčovania vychádzanie z potrieb a motívov recipienta, potom sú to práve incentívy, ktoré sa stávajú v rukách presvedčovateľa praktickým sprostredkovateľom (interventom) realizovania tejto podmienky. Žiaľ, uplatňovanie incentív v presvedčovacom procese nie je takou samozrejmosťou. V súčasnosti, ako na to poukazuje aj Haring (1980), existujú dve hypotézy sprostredkovávania presvedčovania incentívami: hypotéza posilnenia a disonančná hypotéza (čím menšia odmena, tým väčšia akceptácia názoru), ktorá je v rozpore s hypotézou posilnenia. Obidve hypotézy sa experimentálne potvrdili a rozpor medzi nimi je iba zdanlivý. Zatiaľ čo sa hypotéza posilnenia lepšie hodí na vysvetlenie úlohy incentív pri redukcii nižších potrieb, disonančná hypotéza sa viac uplatňuje pri vyšších potrebách.

V súvislosti s hypotézou posilnenia sa robilo najviac pokusov s tými incentívami, ktoré sa viažu na redukciu základných potrieb človeka (napr. hladu a smädu). Podľa názoru Thompsona (1975, s. 277) je apel na vyššie potreby pravdepodobne neuskutočniteľný, ak nie sú uspokojené nižšie potreby. Okrem toho Thompson hovorí, že niektoré nižšie potreby sú často neuvedomené a že existuje celkové spojenie základných potrieb s vonkajším želaním a správaním človeka.

V jednom experimente bolo 216 študentov (mužov) náhodne rozdelených do dvoch skupín. Jednej z nich čítali 4 persuázne správy, zatiaľ čo jej príslušníci jedli; druhej čítali nejaké materiály bez prezentácie jedla. Experiment sa opakoval dvakrát. Obidva pokusy potvrdili skutočnosť, že mienka sa zmenila skôr v podmienkach, keď probanti v priebehu správ jedli. Na základe toho autor uzaviera, že presvedčovateľ, ktorý chce úspešne využiť vyššie motívy, musí začať uspokojovať nižšie potreby. Na tomto princípe možno vysvetliť napr. objednanie večere klientovi, prípravu komfortného pohodlia hosťovi alebo usporiadanie rodinného banketu pred zverejnením nejakého významného rozhodnutia. Jednoducho aj fyzická nenasýtenosť môže byť niekedy pre presvedčovateľa priaznivá, pretože niektorí jedinci so silnými potrebami sú tak „tlačení“ svojím želaním po ich uspokojení, že sú naklonení akceptovať niektoré návrhy aj nekriticky, ak im to umožňuje uniknúť z nepríjemnej situácie (Thompson, 1975, s. 276).

Na príkladoch sme ukázali, že systémový prístup k výskumu presvedčovacích podnetov neponecháva stranou ani pôsobnosť nižších potrieb na mienku človeka. Toto však zároveň signalizuje, že práve uspokojovanie nižších potrieb môže byť zámerne zneužívané pri manipulovaní s mienkou a postojmi človeka. „Posilňovače“ tvoriacej sa mienky nesúvisia však iba s potravou. Oveľa častejšie sa uplatňujú rozličné praktiky intervenujúcich vplyvov, ktoré súvisia s používaním alkoholu.

Aj keď experimenty a ich výsledky poukazujú na význam incentív pri ovplyvňovaní človeka človekom, predsa nemožno ovplyvňovanie, ktoré by bolo založené na stratégii redukcie intenzívnych fyziologických potrieb, nazvať presvedčovaním. Mohli by sme tu hovoriť skôr o metóde fyzického nátlaku a teda o neprístupnom manipulovaní s mienkou druhého.

Druhá skupina experimentov sa

viac zameriava na úlohu incentív pri *uspokojovaní vyšších — ľudských potrieb*. Zaujímavý pokus, vychádzajúci z otázky „koľko treba zaplatiť človeku, ak si chcete kúpiť jeho názory?“, vykonali Festinger a Carlsmith (1959, s. 203—210).

Pokusnými osobami boli tri 20-členné skupiny. V „jednodolárovej situácii“ mala pokusná osoba vykonať najprv opakujúce sa monotónne úlohy. Potom ju experimentátor použil ako „pomocníka“ a platil jej dolár za to, že čakajúcemu spolužiakovi opisovala úlohy ako príjemné a zaujímavé. V „dvadsaťdolárovej situácii“ robili „pomocníci“ to isté za 20 dolárov. Osoby v kontrolnej skupine robili len monotónne úlohy.

Po experimente sa urobilo interwiew, v ktorom sa mali zistiť postoje osôb k úlohám. Vedúceho interwiew predstavili ako člena psychologického oddelenia, ktorý robí výskum s poslucháčmi základného kurzu psychológie ako pokusnými osobami. Prvým zámerom interwiew bolo zistenie skutočných súkromných názorov pokusných osôb.

Výsledky potvrdili teóriu kognitívnej disonancie. „Jednodolárové“ pokusné osoby presvedčili sami seba o tom, že úlohy boli skutočne zaujímavé a príjemné. „Dvadsaťdolárové“ pokusné osoby svoje súkromné názory nezmenili (v porovnaní s kontrolnou skupinou). Autori interpretovali výsledky výskumu takto.

Ak sa človeku zaplatí za konanie, ktoré je v rozpore s jeho názormi, a ak je úplatok malý, potom si povie — „kúpili ma za úbohú cenu. Aby si uspokojil svedomie, že sa dal tak lacno podplatiť, bude sa usilovať sám seba presvedčiť, že v rozpore so svojím svedomím nekonal za biedny úplatok, ale že konal tak, ako sám pokladal za správne. Ak sa však „dal kúpiť“ za vysokú cenu, bude sa usilovať svoje správanie ospravedlniť tým, že si povie — „tak veľkej sume by nikto neodolal — každý iný by urobil to isté“. Preto nebude cítiť potrebu vyvážiť ohrozenie svojej sebahodnoty zmenou vlastných názorov.

Experiment naznačil, že incentívy sa pri ovplyvňovaní vyšších potrieb ľudí nepresadzujú (ako pri nižších potrebách) mechanicky a jednosmerne. To znamená, že čím je motív pre človeka významnejší, tým významnejšie incentívy sú potrebné na jeho redukciu. Je to preto, že správanie človeka je motivované mnohorako. Odpoveď na akýkoľvek persuázny podnet je podmienená celou osobnosťou, pričom do popredia vystupuje najmä jej ideové zameranie, hodnotová orientácia a pod.

Toto však neznamená, že teória kongnitívnej disonancie znižuje intervenujúcu úlohu incentív pri redukcii vyšších potrieb človeka. V skutočnosti je ich sprostredkujúci vplyv aj v tomto prípade nepopierateľný, hoci ich pôsobenie je od prípadu k prípadu a od situácie k situácii veľmi premenlivé. To si vyžaduje, aby presvedčovateľ pri získavaní želanej odpovede neredukoval ľudské správanie iba na jeden motív.

ZVEREJŇOVANIE

Zverejňovanie možno vysvetliť druhou stránkou toho istého psychického mechanizmu zvnútorňovania — *exteriorizácou*. Človek si vonkajšie vplyvy, napr. inštrukcie alebo príkazy nielen zvnútorňuje, ale zároveň má tendenciu to, čo zvnútornil, prejaviť navonok, čiže exteriorizovať. Vygotskij (1960) vysvetľuje napr. vznik vôľového aktu interiorizáciou a následnou exteriorizáciou inštrukcie alebo príkazu.) Medzi interiorizáciou a exteriorizáciou je teda dialektický vzťah — ex-

teriorizácia síce predpokladá interiorizáciu, ale exteriorizáciou sa prehlbuje a zdokonaľuje spätne to, čo bolo interiorizované.*

Možnosti posilňovania, prehlbovania alebo stabilizovania získaného názoru či postoja recipienta tým, že sa mu dá príležitosť tento názor či postoj prejaviť navonok, teda exteriorizovať, sú v teórii i v praxi presvedčovania známe už pomerne dlho. K r e c h a k o l. (1968, s. 266) v tejto súvislosti poznamenávajú, že napr. kazatelia vyzývajú konvertitov, aby verejne vyznali svoju vieru, pretože majú skúsenosti, že takéto zverejnenie ich odvedie od návratu k pôvodnému vyznaniu alebo prestupu na inú vieru.

Exteriorizácia získaných názorov a postojov prebieha rozličnými spôsobmi zverejňovania, ku ktorým patrí najmä *vyznanie, zdôverenie* alebo *zaviazanie sa.* Účinnosť jednotlivých spôsobov sa podarilo overiť aj psychologickými experimentmi. Zistilo sa, že ak človek svoje stanovisko zverejní, napr. podpísaním petície, hlasovaním, zdvihnutím ruky, vykonávaním verejného vyhlásenia alebo aktívnym zapojením do presvedčovacej kampane, stáva sa spravidla odolnejším proti prípadnej kontrapersuázii a je len malá pravdepodobnosť, že zmení svoj názor. V súvislosti s týmto H o v l a n d (1957) zistil, že ak skúmaná osoba vie, že jej postoj bude zverejnený medzi prvými, napr. v školských novinách, je už menej citlivejšia na nové údaje protikladné k danému postoju.

Vo výskume R o s e n b a u m a (1960) sa skúmaným osobám povedalo, že odborník ohodnotí ich postoj a skúmaní budú mať možnosť vyjadriť súhlas, resp. nesúhlas s jeho hodnotením. Ukázalo sa, že tak vyjadrenie súhlasu, ako aj vyjadrenie nesúhlasu vplývajú na udržanie (retenciu) postoja. Zároveň sa zistilo, že ak bolo vyhlásenie odborníka kongruentné, skúmané osoby sa stali menej presvedčivými, ako keď sa stanovisko odborníka líšilo, t. j. keď skúmané osoby verejne vyhlasovali práve svoj nesúhlas.

Priznanie k svojmu postoju môže byť súkromné (t. j. v kruhu dôverne známych) alebo verejné. Otázkou je, ktoré vyznanie je účinnejšie. Skupine 69 študentov sa predložili dve správy. V jednej správe sa hovorilo o znížení vekovej hranice pri hlasovaní, druhá správa bola za uchovanie doterajšej vekovej hranice. Názory pokusných osôb sa počas experimentálneho rozboru zisťovali dvakrát (po prvej aj po druhej správe). Názory po prvej správe vychádzali z bodovania esejí, ktoré utvorili študenti ako odpoveď na požiadavku, aby napísali krátku stať a v nej sa k problému témy úprimne vyjadrili.

V skupinách s verejným vyznaním mali študenti svoje tvrdenie podpísať a povedalo sa im, že v najbližšom výtlačku školských novín budú ich názory v celom rozsahu uverejnené. V skupinách so súkromným vyznaním sa podpisy nevyžadovali — písomne prejavené názory boli anonymné. Zistili sa takéto výsledky:

---

* Podľa L e o n t i e v a (1979, s. 78—79) „... rozdelenie činnosti na dve časti alebo strany, patriace akoby dvom celkom odlišným sférám, sa likviduje... zjednocovanie procesov činnosti, ktoré sú podľa formy rozmanité, sa už nemôže interpretovať ako výsledok len tých procesov, ktoré opisuje termín interiorizácie vonkajšej činnosti. Nevyhnutne však predpokladá existovanie sústavných prechodov takisto opačným smerom, od vnútornej k vonkajšej činnosti".

	Skupina s verejným vyznaním	Skupina so súkromným vyznaním
Zmena v smere proti-presvedčovania	14 % osôb	41 % osôb
Zmena v opačnom smere ako protipresvedčovanie	11 % osôb	9 % osôb
Nijaká zmena	75 % osôb	50 % osôb

Údaje ukazujú, že skupiny s verejným vyznaním boli menej prístupné kontrapersuázii ako osoby s anonymným vyjadrením svojho stanoviska. Teda verejné vyznanie upevňuje viac postoje jednotlivcov v tom, že sa stávajú odolnejšími, zatiaľ čo súkromné vyznanie (najmä ak išlo o rozhodnutia, ktoré okrem jednotlivca nik nepozná) sa ukázalo ako málo alebo úplne neúčinné (Hovland a kol.: The order of presentation in persuasion Yale Univ. press., 1957).

Výsledky týchto výskumov (nielen preto, že sú staršie, ale najmä preto, že sa nezískali v spoločenských podmienkach, ktoré by boli podobné našim podmienkam) nabádajú k značnej opatrnosti a rezervovanosti pri zvažovaní ich významu pre persuáznu teóriu alebo prax. Domnievame sa, že celú túto problematiku bude potrebné ďalej sledovať najmä z pozícií nových psychologických výskumov realizovaných na našej populácii a na základe ich výsledkov ju kriticky prehodnotiť.

NAVODZOVANIE

Spomínané výskumy podnecujú aj ďalšie otázky, napr. či postoje respondentov možno ovplyvniť iba opísanými spôsobmi zverejnenia, alebo sú činiteľom zmeny aj iné spôby zverejňovania postojov. Určitú odpoveď na tieto otázky nám dáva aj pôvodný výskum opísaný v rámiku č. 23.

Doterajšie spôsoby exteriorizácie predpokladali existenciu určitých názorov, postojov alebo už hotových presvedčení u recipienta. Otázkou je, či existujú také intervenujúce spôsoby exteriorizácie, ktoré možno úspešne použiť aj pri formovaní celkom nového postoja. Kladnú odpoveď na túto otázku dala skupina psychológov z NDR (Hiebsch, Kochová, Irle, Cranach). Intervenujúci spôsob exteriorizácie nazvali „einstelungskonträrer“, čiže *agitáciou proti vlastným postojom.*

Napríklad vo výskume, ktorý sa realizoval pod vedením Irleho, sa u pokusných osôb zisťovali postoje k otázke, či sú správnejšie a spravodlivejšie ústne alebo písomné skúšky. Osoby, ktoré sa viac prikláňali k jednému stanovisku, mali nájsť a zostaviť vo forme referátu také argumenty, ktoré by potvrdzovali opačný názor. Tento postup spočíval teda v tom, že sa pokusné osoby museli vyrovnať s argumentmi aj s protiargumentmi bez toho, aby ich niekto nabádal zmeniť názor. Po ďalšom zmeraní postojov skúmaných osôb sa ukázalo, že pri obidvoch témach bol účinok agitácie proti vlastným postojom značný; postoje sa

Rámik č. 23 *Zdvihnutím ruky sa upevňuje postoj*

V experimentoch, ktoré skúmali retenciu postojov pod vplyvom zverejnenia stanoviska, sa spravidla od probantov žiadalo, aby sa v súvislosti so svojím postojom nejako angažovali, napr. opísali ho v podobe článku do novín, v podobe školskej slohovej úlohy a pod. Otázkou teda je, či už aj to, keď probant stručne oznámi svoje stanovisko členom skupiny, vplýva na retenciu jeho postoja.

Výskum sa uskutočnil v štyroch skupinách. V dvoch experimentálnych skupinách 48 vysokoškolákov (priemerný vek 20 rokov) riešilo úlohy, ktoré obsahovali niekoľko krokov.

1. „Prosíme vás, aby ste sa vyjadrili k problému metód skúšania na vysokej škole, ktorý sa u nás už dlhší čas rieši a dosiaľ sa v tomto smere nepovedalo posledné slovo. Aby riešenie tohto problému bolo čo najoptimálnejšie, chceme zistiť aj vašu mienku. Prejavíte ju tak, keď podčiarknete jednu z odpovedí.

Nazdávam sa, že na vysokej škole by sa mala uplatňovať metóda

— iba písomnej skúšky,
— prevažne písomnej skúšky a čiastočne ústnej skúšky,
— rovnako písomnej, ako aj ústnej skúšky,
— prevažne ústnej skúšky a čiastočne písomnej skúšky,
— iba ústnej skúšky.

2. Od probantov sa ďalej žiadalo, aby na výzvu experimentátora oznámili verejne svoje stanovisko, pričom ho mali aj stručne zdôvodniť.

3. Na základe referencií študentov vystúpil so svojím stanoviskom aj experimentátor. Jeho úlohou bolo zámerne zaujať úplne protikladné stanovisko k tomu, čo predtým vyjadrila väčšina probantov. Experimentátor zdôvodnil svoje protikladné stanovisko prečítaním piatich vopred pripravených argumentov.

4. V závere experimentátor od študentov žiadal, aby na základe jeho argumentov opäť zvážili opodstatnenosť svojho postoja a zmenili ho, ak to uznajú za vhodné. Prípadnú zmenu na stupnici mali vyjadriť šípkou smerujúcou od pôvodne zakrúžkovaného čísla k číslu zvolenému.“

V dvoch kontrolných skupinách ($N = 50$, ktoré boli vo všetkých ukazovateľoch zhodné s experimentálnymi) sa riešila presne tá istá úloha. Druhý krok sa však vynechal, to znamená, že od probantov sa nežiadalo hlásenie ani zdôvodnenie postoja.

V kontrolných skupinách sa väčšina probantov vo svojom pôvodnom postoji vyjadrila za ústne skúšky (aritmetický priemer stupnice bol 4,36). Po vypočutí argumentov experimentátora si však 50 %

pokračovanie rámika č. 23

probantov zmenilo svoj názor v prospech písomnej skúšky, takže aritmetický priemer stupnice klesol na 3,50. Rozdiel medzi kontrolnými skupinami bol významný ($\chi^2 = 8{,}47$; $P < 0{,}05$).

V experimentálnych skupinách sa takisto väčšina respondentov vyjadrila viac za ústne ako za písomné skúšky (pôvodný aritmetický priemer stupnice bol 3,80). Hoci tieto skupiny (v porovnaní s kontrolnými) nemali až také výhrady proti písomným skúškam, po vypočutí argumentácie experimentátora zmenil svoje stanovisko v prospech písomných skúšok iba jeden probant. Pôvodný aritmetický priemer stupnice sa teda zmenil iba nepatrne (z 3,80 na 3,70). Rozdiel

menili predovšetkým proti pôvodným názorom.

V inom výskume mali študenti vysokej školy ekonomickej zaujať stanovisko k problematike skúšok a k otázke trestu smrti. Zo 76 študentov 40 zmenilo svoje náhľady agitáciou proti vlastným postojom a iba 10 posilnilo svoj predošlý názor (v protiklade k tomu, čo sa malo dosiahnuť). Zároveň sa zistilo, že zmeny sa očividne stupňujú, ak pokusné osoby argumenty nielen vypracujú v podobe referátu, ale ak tento referát aj prečítajú (intervenujúci spôsob zverejnenia).

Pri obidvoch výskumoch bolo pomerne veľa osôb nápadných tým, že nepodľahli všeobecnému trendu, no ich postoj sa zmenil v rozpore s predpokladanou zmenou. To znamená, že vplyvom agitácie proti vlastným postojom nezmenili postoj v duchu tejto agitácie, ale naopak, ich pôvodný názor sa ešte posilnil. Autori vysvetľujú tento jav tzv. bumerangovým efektom, ktorý sa prejavuje vtedy, keď je pôvodný postoj zabudovaný do rozsiahlejších hodnotových systémov. Z toho vyplýva:

Zmena postojov je najúčinnejšia vtedy, keď môžu jedinci získať nové postoje samostatne, napr. rozličnými intervenujúcimi metódami psychického mechanizmu exteriorizácie.

Zmena postojov nezávisí iba od intervenujúcej metodiky, ale významnú úlohu tu má aj hodnotová orientácia príslušných osôb. Tento faktor môže byť relatívne nezávislý od spôsobu a obsahu agitácie (Hiebsch, Vorwerg, 1975, s. 169).

Na zmenu postoja vplývajú aj ďalšie faktory — jeho obsah, istota alebo pravdepodobnosť, jeho zafixovanosť v jedincovi, časová dĺžka protiargumentácie a pod. (pozri rámik č. 24).

INSCENOVANIE

Inscenovanie je slovo latinského pôvodu, ktoré sa uplatňuje v súvislosti s javiskovým realizovaním divadelnej hry. V prenesenom zmysle slova však týmto termínom označujeme zariadenie alebo „nastrojenie“ niečoho tak, aby to niekoho pomý-

medzi experimentálnymi skupinami nebol významný ($\chi^2 = 2{,}68$; $P > 0{,}05$).

Výskum potvrdil výsledky podobných experimentov v tom, že človek sa veľmi ťažko vzdáva (resp. vôbec nevzdáva) svojho názoru, ak ho predtým nejakým spôsobom verejne vyjadril. Zároveň sa ukázalo, že na udržanie postoja vplýva už aj jeho čiastočné zverejnenie (napr. zdvihnutím ruky alebo poznámkou „súhlasím s tým, čo povedal môj predchodca" a pod.!). Pravda, toto všetko platí iba vtedy, keď všetci alebo aspoň väčšina členov skupiny zastávajú viac-menej zhodný názor.

lilo. Takto sa dostávame aj k objasneniu termínu inscenovaného správania (napr. v spore). Je to taký intervenujúci spôsob, ktorý má toho, kto sa chce v presvedčovacom procese hádať, pomýliť, teda odviesť od nežiadúcich dôsledkov, ku ktorým hádka zvyčajne smeruje.

Už v knihe Carnegieho z roku 1939 sa píše, že „jediný spôsob ako zvíťaziť v spore, je vyhnúť sa mu". Možno sa však vždy vyhnúť sporu? Keby sa presvedčovanie vzťahovalo iba na otázky, ktoré rieši presvedčovateľ ako sprostredkovateľ alebo ako nepriamo zainteresovaný radca, bolo by to snáď možné. No existuje veľa problémov, pri ktorých nie je presvedčovateľ iba sprostredkovateľom, ale je aj priamym a bezprostredným účastníkom dôsledkov, vyplývajúcich z prijatého riešenia. Máme tu na mysli spory vyplývajúce z medziľudských partnerských vzťahov, napr. priateľov („prečo práve ja . . .?"), manželov („kto to urobí . . .?"), kolegov v úrade („komu to patrí . . .?") atď. Pretože charakteristickým znakom riešenia všetkých týchto problémov je, že sú dané dilemou „ja alebo ty", niet sa čo čudovať, že problém neraz vyústi do osobných sporov, hádky a sváru.

Hádka je akýsi rivalitný spôsob vydobíjania si určitej osobnej pozície v medziľudskej interakcii, ktorý (pretože je prejavom takých záporných stránok ľudskej komunikácie ako hnev, zlosť, agresivita, osočovanie a znevažovanie iných) sa spravidla ešte donedávna všeobecne odmietal. Povedali sme *donedávna*, lebo v ostatnom čase niektorí psychológovia upozorňujú, že za určitých podmienok a okolností môže byť aj hádka účinným prostriedkom, ktorým sa redukuje v organizme nežiadúce napätie. Práve hádkou odreagovaný konflikt môže kladne pôsobiť na duševnú rovnováhu, a tak predchádzať vzniku prípadných psychosomatických ochorení.

Na niektoré pozitívne stránky hádky však možno poukázať nielen z hľadiska psychohygieny, ale aj (a to je zaujímavé) z hľadiska usktočňovania komunikácie. Pozorovania ukazujú, že „spustením" hádky akoby sa niektorí ľudia „uvoľnili" a zároveň si utvorili subjektívne

Rámik č. 24 *Argumentácia proti vlastnému názoru*

Pozitívne referencie rozličných zahraničných autorov o účinku argumentácie proti vlastnému názoru nastoľujú otázku, aké budú výsledky z aplikácie tejto metodiky v našej populácii. Uskutočnili sme experiment, na ktorom sa zúčastnilo 152 študentov rozdelených do piatich experimentálnych a dvoch kontrolných skupín. Experiment obsahoval 4 kroky.

1. „Vžite sa do situácie, že počúvate prednášku zo známeho cyklu Výchova k manželstvu a rodičovstvu. Predstavte si, že by ste v diskusii mali vyjadriť svoj názor, ktorý vek je pre muža najvhodnejší pri vstupe do manželstva.“ Študenti odpovedali tak, že na pripravenej stupnici (ukážka I.) podčiarkli príslušné písmeno.
Ukážky z postupu:

I.		II.		III.	
a	od 20 do 21	a	od 20 do 21	a	od 20 do 21
b	22—23	b	22—23	b	22—23
c	24—25	c	24—25	c	24—25
d	26—27	d	26—27	d	26—27
e	28—29	e	28—29	e	28—29

2. „Vpíšte protikladný interval a dajte ho do obdĺžnika“. [Ako protikladný sa označil ten interval, ktorý bol najďalej od podčiarknutého miesta (ukážka II)].

lepšie predpoklady na neskoršiu výmenu názorov. Máme tu na mysli nielen krajne temperamentné prípady alebo neurolabilných jedincov, ktorí ľahko „vzbĺknu“, ale aj jedincov normálnych, ktorí „zahoreli spravodlivým hnevom“. Zabrániť hádke by mohlo teda znamenať to isté ako zákaz komunikovať.

Garczyński (1968, s. 97) uvádza viaceré zaujímavé príklady „potreby“ hádky. Z nich uvádzame aspoň jeden:

„— Išla by som k Šimonovcom.
— Dobre, poďme!
— Keby u nich nebola vždy taká nuda.
— Tak radšej zostaňme doma.
— Možno že tam budú Kantorovci.
— Ak sa chceš stretnúť s Kantorovcami, nezostáva nám iné, ako ísť k Šimonovcom.
— Veľmi sa mi nechce.
— Ani mne, zostaňme.
— Pravdaže, ak tebe nie je niečo po vôli, hneď sa ti nechce. To si celý ty!
— Dobre, poďme, len sa už nehádaj!!!
— Prečo sa zlostíš? S tebou sa vôbec nedá dohodnúť.“

Na takéto a podobné svárlivé pod-

3. „Teraz sa vžite do situácie, že ste zakrúžkovali písmeno intervalu, ktorý máte v obdĺžniku a pokúste sa napísať čo najviac zdôvodňujúcich argumentov v prospech platnosti tohto (protikladného) intervalu. Úlohou tejto skúšky je zistiť, komu sa podarí nájsť čo najviac najpádnejších argumentov.“ (Na hľadanie argumentov bol vymedzený čas asi 15 minút. Experimentátor provokoval aktivitu študentov orientačnými otázkami, napr. kto napísal viac? a pod.)

4. „Otázka uzavretia manželstva v tom alebo onom vekovom intervale je vecou súkromného názoru. Človek si však svoj názor mení pod vplyvom nových informácií (aj vlastných). Takými boli i vaše argumenty. Uvážte, či si pod vplyvom toho, čo ste napísali, neopravíte, resp. nespresníte svoj pôvodný názor. Ak áno, urobte šípkou posun k tomu intervalu, ktorý sa vám teraz zdá byť vhodnejší“ (ukážka III.).

Kontrolné skupiny riešili iba úlohu č. 1 a z úlohy č. 4 iba podčiarknuté pokyny.

Zistilo sa, že v kontrolných skupinách si zo 40 osôb zmenilo svoj názor iba 2,5 %. V experimentálnych skupinách si zo 46 vysokoškolákov svoj názor zmenilo 19,5 % a zo 66 gymnazistov 15,1 %. Rozdiel medzi kontrolnými a experimentálnymi skupinami bol štatisticky významný ($\chi^2 = 5{,}47$; $P < 0{,}05$).

Všetky posuny smerovali k protikladnému názoru, no maximálne o jeden interval. Zdá sa, že sklon zmeniť pôvodný názor pod vplyvom protinázoru je väčší u starších ľudí. Svedčí o tom aj fakt, že v materiáloch mladších osôb sme našli aj spontánne poznámky, napr. „nezmením“, „trvám na svojom“ a pod.

nety možno reagovať viacerými spôsobmi.

1. *Neodpovedať a nevšímať si to, čo druhý hovorí.* Tento spôsob je pomerne účinný, pretože je vlastne prípravou na neskorší „triezvy“ rozhovor, keď „agresor ochladne“. Nerešpektuje sa v ňom však psychohygienická požiadavka odreagovania psychického napätia, ani požiadavka sebaúcty, pretože povinnosťou každého znevažovaného je brániť svoju česť. Okrem toho nie je isté, či pri neskoršom návrate k téme sporu opäť nevzplanie pôvodné napätie a potlačená hádka neprepukne ešte s väčšou silou.

2. *Prijať svárlivý spôsob riešenia sporného problému.* Tým sa síce utvárajú možnosti pre psychické uvoľnenie (možno aj obidvoch partnerov), no nie vždy. Niektorí jedinci hádku ťažko prežívajú a aj po jej skončení majú často tendenciu obviňovať sa za jej vznik a priebeh. Vzniká nebezpečenstvo, že vzájom-

nými urážkami oslabia už aj tak naštrbené medziľudské vzťahy. V hádke sa totiž úprimnosť často zamieňa za hrubosť a nešetrí sa ani tzv. zákernými údermi pod pás.

3. *Uplatniť metodiku inscenovaného sporu.* V tomto prípade máme na mysli zásah do rodiaceho sa sporu metodikou konštruktívnej hádky. Jej cieľom je paralyzovať všetky deštruktívne aspekty hádky pri súčasnom fixovaní jej pozitívnych psychohygienických stránok. Tým sa zároveň utvárajú podmienky na kooperatívne riešenie sporného problému. Systém konštruktívnej hádky ako „umenie pohádať sa bez následkov" vypracoval psychológ G. R. Bach so svojimi spolupracovníkmi (Bach, Wyden, 1967; Bach, Goldberg, 1974). V našich podmienkach upravil túto metódu S. Kratochvíl (1970, s. 68—71; 1973, s. 253—257).

Konštruktívna hádka by sa mala konať po dohode vo vhodnom čase a na vhodnom mieste. Cieľom hádky nie je hádať sa pre zlú náladu, ale vyriešiť konkrétny problém. Pritom treba dodržiavať všetky pravidlá čestnej hry. Nebáť sa povedať, čo sa nám nepáči, neznamená ešte urážať. Takisto netreba vyťahovať ani staré, mnohokrát povedané a vyriešené veci. Hádajúci sa majú vyvarovať „pritláčania k stene" bez šance na únosný kompromis. Cieľom je predsa dohovoriť sa a nie si navzájom demonštrovať osobnú bezohľadnosť. V hádke nemožno absolutizovať („nič nedokážeš"), útočiť proti milovaným osobám partnera (rodičom), ani sa vyhrážať (samovraždou, rozvodom, odchodom zo zamestnania a pod.), teda činmi, ktoré nijaký z partnerov nemieni vykonať. Dôležité je aj to, aby mal každý z partnerov čas a rovnakú možnosť vyjadriť svoj názor (spor nie je monológ, nemožno pri ňom iba hovoriť, alebo len mlčať). Priebeh inscenovaného sporu možno rozdeliť na štyri časti.

Prvá časť sa začína ohlásením inscenovaného sporu, t. j. návrhom, že sa budeme konštruktívne hádať (napr. „rozdajme si to"). Psychologicky je v takejto výzve akýsi zárodok obojstranne prijateľnejšieho riešenia problému, pretože „schladzuje rozpálené hlavy". (Účastníci sporu sa začínajú na problém pozerať nielen svojimi očami, ale aj očami toho druhého, vidia už nielen svoj cieľ, ale aj prostriedky, ktorými ho chcú dosiahnuť atď.) Samozrejme, že s takýmto návrhom nemožno pristúpiť pred nepripraveného partnera, ktorý predtým nikdy nepočul, čo je to inscenovaný spor a čo sa ním sleduje. To upozorňuje, že takýto spôsob riešenia problému si možno dovoliť iba medzi dôvernejšími partnermi (manželmi, súrodencami, kolegami), ktorí sa už v minulosti neraz ocitli v neplodnej alebo deštruktívnej hádke, a preto sa rozhodli, že pri najbližšej príležitosti budú svoj problém riešiť podľa pravidiel inscenovaného sporu.

Druhá časť inscenovaného sporu vychádza z inštrukcie „kritizuj a povedz všetko, čo máš na duši". Tu však treba vyzdvihnúť myšlienku Garczyńskiehо (1968, s. 122), ktorý hovorí, že „uspokojenie kritizujúceho je vždy podozrivé a čím je väčšie, tým viac trpí kritizovaný a tým menej je účinná aj kritika sa-

ma“. Teda kritizovať treba, ale pri dodržaní pravidiel, to znamená, kritizujme iba to, čo možno kritizovaním zmeniť a rešpektujme to, za čo druhý nemôže. Pritom nezabúdajme, že pochopenie nie je to isté, čo ospravedlnenie. Priestupok zostane často aj po pochopení situácie toho druhého priestupkom. Jeden priestupok však ešte nemusí znamenať negatívnu osobnú vlastnosť. Preto si dávajme pozor, aby sme hneď neodpísali celého človeka.

Tretia časť inscenovaného sporu sa začína direktívou: „Priznaj si vlastný podiel na vzniku hádky.“ Nikto nie je dokonalý a pozastaviť sa nad vlastným nedostatkom pomáha lepšie pochopiť postoj druhého k nám. V knihe sovietskeho autora Šepela (1975, s. 103) si môžeme prečítať: „Je oveľa ľahšie priznať si svoju chybu alebo nedostatok, ako vypočuť odsúdenie zo strany iného človeka. Ak viete, čo si o vás druhý človek myslí, alebo viete, že o vás chce povedať niečo záporného, povedzte to najskôr sám. Tým ho odzbrojíte. Priznanie chyby spravidla vyvolá zhovievavosť k tomu, kto sa jej dopustil.“ Ďalšou direktívou je požiadavka: „Usiluj sa na druhom nájsť niečo dobrého.“ Človeku sa často ani za celé hodiny nepodarí získať náklonnosť druhého, ak mu rozpráva iba o svojich prednostiach a kladoch, no môže sa mu to podariť už o niekoľko minút, ak tieto klady a prednosti začne objavovať u svojho partnera.

V štvrtej časti hodnotia účastníci inscenovanej hádky výsledky. Hodnotenie by malo dať odpoveď na tieto otázky:

— či sa inscenáciou redukovalo napätie medzi partnermi (psychohygienické hľadisko) a

— či sa vyriešil problém alebo sa aspoň utvorili podmienky na realizáciu obojstranne nezaujatého presvedčovacieho procesu (psychosociálne hľadisko).

Pri hodnotení treba vychádzať z požiadaviek obsiahnutých v metodike inscenovaného sporu. Ani táto posledná časť nie je o nič menej náročná ako predchádzajúce časti. Jej podceňovaním by sa ľahko mohlo stať, „že účastníci inscenovaného sporu budú síce svoj problém riešiť výlučne konštruktívnou hádkou, ale potom sa budú deštruktívne hádať pri jeho hodnotení“ (Novák, 1977).

7. METODIKA PROPONOVANIA RIEŠENIA

Presvedčovanie — to je nielen obratné kladenie otázok alebo apelovanie, ale je to aj schopnosť navrhovať (proponovať) vhodné záverečné riešenia tých problémov, ktoré u recipienta pri presvedčovaní vznikajú. Táto problematika je oveľa zložitejšia a nedá sa riešiť (tak ako ešte v nedávnej minulosti) osvojením si niektorých „duchaplných“ persuáznych právd typu „festina lente“ (so záverom sa ponáhľaj pomaly) alebo výroku „na chúlostivé otázky sa má odpovedať skôr ako sa vyslovia“.

Základným nástrojom odôvodňovania pravdivosti navrhovaných riešení je *logika*. Aby sme teda dosiahli prijatie nášho návrhu, musíme ho dokázať a zdôvodniť v súlade so zákonmi logiky. Logické zákony sú všeobecným odrazom tých objektív-

nych vzťahov skutočnosti, ktorým sa podriaďuje a ktoré reprodukuje praktická činnosť ľudí (L e o n t i e v, 1980).

Logický mechanizmus dôkazu sa skladá z troch vzájomne spätých článkov: z *tézy* (odpovedá na otázku „čo", t. j. čo sa dokazuje), z *argumentov* (odpovedajú na otázku „čím", t. j. čím sa dokazuje) a z *demonštrácie* (odpovedá na otázku „ako", t. j. akým spôsobom argumenty dokazujú tézy). Teda v logike je demonštrácia úvaha, v priebehu ktorej sa z argumentov vyvodzuje pravdivosť tézy (N o ž i n, 1980, s. 110), a to zvyčajne prostredníctvom deduktívnych alebo induktívnych úsudkov. To, či persuáder bude svoj návrh zdôvodňovať na základe induktívneho alebo deduktívneho dôkazu, nie je však iba logickou, ale aj *psychologickou* záležitosťou.

Induktívne dokazovanie sa má uplatňovať vtedy, keď jedinec uznáva niektoré fakty, ale má problémy s prijatím nejakej všeobecnej pravdy alebo pravidla. Napríklad u tých, ktorí sú proti prijatiu zásady trestne postihovať všetkých, ktorí svojím nedisciplinovaným správaním znečisťujú verejné prostredie, nepochodíme odvolávaním sa na všeobecné princípy o ochrane životného prostredia, ale skôr ich presvedčíme, ak opodstatnenosť týchto princípov odôvodníme celou sériou konkrétnych príkladov o následkoch znečisťovania. Takisto zlodeja alebo príživníka nepresvedčíme o nesprávnosti jeho počínania, ak budeme vychádzať zo všeobecných poučiek o potrebe chrániť osobné a spoločné vlastníctvo. Účinnejšie však bude, ak tieto poučky vyvodíme z konkrétnych rozborov dôsledkov deliktventného správania u tých, ktorí sa ho dopúšťajú.

Deduktívne dokazovanie sa uplatňuje v tých prípadoch, keď recipient síce uznáva všeobecné zásady a pravidlá, ale má problémy s ich aplikovaním v konkrétnych situáciách. Takýto spôsob dokazovania sa dá vhodne použiť u tých, ktorí v úsilí dosiahnuť osobné výhody, prednosti alebo výsady (svoje alebo iných) pozabudli, že ani oni, ani tí druhí nie sú výnimkou z pravidla, ktorými sú mravné normy v podobe zovšeobecnených princípov alebo zásad. Zdá sa, že čím je recipient intelektuálne vyspelejší, tým skôr u neho možno uplatňovať deduktívny úsudok.

Predstavme si presvedčovateľa, ktorý uvádza svoj návrh v súlade s logickými požiadavkami, to znamená, že jeho návrh má charakter jasne formulovanej tézy, ktorú odôvodňuje pádnymi a vhodnými argumentmi. V takomto prípade samozrejme očakávame, že akékoľvek oponovanie recipienta je neudržateľné a každú chvíľu sa musí „zrútiť". No predsa sa môže práve v takejto situácii presvedčovateľ vzdialiť od svojho cieľa viac, ako bol na začiatku. Je to preto, že recipient síce počúva logické argumenty, ale zároveň cíti, že sa neútočí iba na jeho názor, ale aj na neho samého ako nositeľa tohto názoru. Keďže človek je veľmi citlivý na akékoľvek prejavy nadradenosti, veľmi nepríjemne sa ho dotýkajú práve také argumenty, ktoré naznačujú menejcennosť nielen jeho myšlienkovej koncepcie, ale nepriamo aj menejcennosť jeho samého. Tak sa stáva, že pri výmene názo-

rov sa logicky vyhráva, ale pri získavaní človeka sa zaznamenáva nepríjemná porážka. Aj keď je dodržiavanie logických zákonov nevyhnutnou podmienkou, rovnako nevyhnutný je aj psychologický prístup.

PRÍSTUPNOSŤ

Predpoklad, že presvedčovanie sa zakladá iba na logických postupoch odôvodňovania tézy, je nedostatočný a neúplný. Ak zostávame iba pri odôvodňovaní správnosti tézy, nemôžeme hovoriť ani o metóde presvedčovania, ale iba o metóde vysvetľovania. Na veci nič nemení ani skutočnosť, že takéto odôvodňovanie je prístupné, teda uskutočňuje sa v súlade s vekovými a individuálnymi osobitosťami recipienta. Z tohto vyplýva, že pri metóde presvedčovania ide o takú prístupnosť, ktorá si vyžaduje, aby akýkoľvek návrh presvedčovateľa vychádzal z *osobných preferencií recipienta* a na tieto preferencie neustále prihliadal a nadväzoval.

Čo je to osobná preferencia recipienta? Je známe, že presvedčovanie proti vôli recipienta je málo efektívne a niekedy takmer nemožné (H a r i n g, 1980, s. 61). Bez protikladnosti názorov a postojov však niet presvedčovania, aj keď treba povedať, že protikladnosť a protirečivosť názorov sú iba východiskom presvedčovania a nie jeho cieľom. Presvedčovanie sa začína vtedy, keď sa uvádzajú také návrhy riešenia, ktorými sa protikladnosť zmierňuje. To samozrejme neznamená, že každé presvedčovanie predpokladá prispôsobovanie téz alebo kompromis. V skutočnosti sa presvedčovanie, ktoré vychádza z osobných preferencií recipienta, stáva prístupné tým, že pri uvádzaní akýchkoľvek návrhov sa neustále upozorňuje na príčinné súvislosti, možnosti, podmienky a okolnosti, za ktorých sa môže téza presvedčovateľa stať akceptabilnou a atraktívnou pre recipienta.

V presvedčovacej interakcii má „každé prečo“ svoje (aspoň subjektívne) „preto“. To, že sa recipient pridržiava svojej tézy, má svoje dôvody. Za tvrdošijne obhajovanou tézou recipienta sa spravidla skrýva širší a hlbší zámer, podmienený jeho svetonázorom, hodnotovou orientáciou, záujmami, sklonmi, predstavou šťastia a spokojnosti, skrátka všetkým tým, čo možno označiť pojmom osobné preferencie. Teda obhajovaním svojho názoru recipient obhajuje zároveň vždy aj čosi viac ako sa nachádza v téze.

Keďže ten istý cieľ možno dosiahnuť rozličnými cestami, úlohou presvedčovateľa je pri presadzovaní svojho návrhu nielen logicky zdôvodniť jeho pravdivosť (vysvetľovanie), ale zároveň aj sprístupniť jeho prijatie tým, že sa bude usilovať zosúladiť svoj návrh s osobnými preferenciami recipienta (presvedčovanie). Z hľadiska týchto poznatkov nadobúda širší význam aj pojem demonštrácia. Pri dokazovaní na princípoch vysvetľovania ňou rozumieme iba „logickú úvahu“, v priebehu ktorej sa z argumentov vyvodzuje pravdivosť tézy. Pri dokazovaní na princípoch presvedčovania sa však demonštrovanie obohacuje aj o psychologický aspekt, a preto sa chápe ako sprístupňovanie

tézy v súlade s preferenciami recipienta.

Psychologické spôsoby sprístupňovania tézy sú rozdielne. Ich predpokladom je *vcítenie sa (empatia)* presvedčovateľa do osobnej situácie recipienta. Nejde tu však iba o jednoduchú úvahu „čo by som robil, keby som bol na jeho mieste", ale aj o takú komunikatívnu interakciu, ktorá podľa Janoušeka (1968, s. 145) spočíva „vo vzájomnom porovnávaní vlastného a cudzieho správania z hľadiska hodnoty nákladu a zisku". Takáto komunikatívna interakcia prestáva byť príkrym bojom o „moje" alebo „tvoje" stanovisko, pretože vychádza z kalkulácie, ako môže byť „moje" stanovisko výhodné aj „pre teba".

Spôsoby kalkulácie („moje stanovisko môže byť výhodné pre teba"), sú v metodike presvedčovania rozpracované len veľmi málo. V literatúre sa spomína napr. *efekt spoluúčasti,* ktorý sa okrem vciťovania do druhého (Nožin, 1980, s. 172) zakladá aj na formuli „môj zisk je aj tvojím ziskom a moja strata je aj tvojou stratou". Dá sa výhodne použiť najmä u tých ľudí, ktorí pripisujú veľký význam priateľstvu, kamarátstvu, skupine, kolektívu a pod. Ďalším javom je *efekt perspektívnosti,* ktorý upozorňuje, že správanie človeka sa riadi nielen aktuálnymi vzormi (tým, čo človek je), ale aj vzormi futurálnymi (tým, čo človek chce byť a čím by mohol byť).

PÔVODNOSŤ

V spisoch Belinského (1955) nachádzame psychologicky veľmi výstižnú myšlienku: „Človek má tendenciu držať sa presvedčenia nie preto, že je pravdivé, ale preto, že je jeho." Skutočne, presvedčovanie sa často končí neúspechom aj preto, že si robíme nárok na autorstvo presvedčenia aj u druhého človeka. Môžeme byť autormi rozličných názorov, myšlienkových koncepcií, ale nemôžeme byť autormi presvedčenia druhého človeka, a to ani vtedy, keď mu toto presvedčenie pomáhame získať. Každý musí byť autorom svojho presvedčenia. Vlastnosťou vynikajúcich agitátorov všetkých čias bolo, že si nerobili nárok na autorstvo presvedčenia druhého človeka. Naopak, v polemikách uvádzali svoje názory, dôkazy a argumenty tak obratne, že presvedčovaný si neraz myslel, že sú jeho vlastné.

Vzťah autorstva presvedčenia k akceptácii presvedčenia sa stal predmetom psychologických analýz až v ostatnom čase. Psychologické výskumy sa pokúšajú odhaliť zatiaľ iba niektoré momenty. Napríklad predmetom experimentálneho výskumu sa stala otázka, či je správnejšie, keď presvedčovateľ uvedie iba fakty a vyvodenie záveru z týchto faktov ponechá na recipienta *(implicitný prístup),* alebo keď uvedie fakty a na základe nich vyvodí aj príslušný záver *(explicitný prístup).* V experimentálnom výskume, ktorý urobil Hovland a Mendel (1955) sa ukázalo, že tam, kde záver urobil komunikátor, bola účinnosť reči oveľa väčšia ako v druhej skupine.

Vo výskumoch ďalších bádateľov, ktorých viedol Thistlethwaite (1955), sa tieto výsledky nepotvrdili. Autori konštatujú, že kladné výsled-

Smer zmeny	Záver nerobí komunikátor	Záver robí komunikátor
Súhlas s komunikátorom	30,7 %	51,2 %
Nesúhlas s komunikátorom	11,4 %	3,3 %

ky získané Hovlandom mohli byť zapríčinené tým, že niektoré osoby sa pozerali na jeden z dvoch možných variantov ako na logický dôsledok toho, čo hovoril komunikátor, a nie ako na otázku, ku ktorej sa mali sami vyjadriť. Teda ak sa explicitne urobí záver, zlepšuje sa porozumenie, no súhlas sa nestupňuje. Preto je možné, že explicitný záver je účinnejší iba vtedy, keď ide o veľmi zložitý problém (K r e c h, 1968, s. 281). Aj T h o m p s o n, (1975, s. 235—238), ktorý zhrnul výsledky viacerých štúdií, zistil, že výsledky nie sú jednotné. Podľa neho niektoré výskumné štúdie upozorňujú, že explicitne vyjadrené názory vyvolávajú odpor, najmä ak sa recipientovi zdá, že komunikátor sa pokúša manipulovať s jeho mienkou. Ak sa však záver nevyjadrí, recipient môže na základe tých istých faktov formulovať úplne odlišný záver ako komunikátor.* Autor sa domnieva, že riešenie otázky, či uplatniť explicitný alebo implicitný záver, musí nevyhnutne vychádzať z rozboru a úvah persuádera (pozri rámik č. 25).

Bolo by však nesprávne, keby sme problematiku autorstva presvedčenia obmedzili iba na otázku vyvodzovania záverov. Vedomie autorstva môže u recipienta vzniknúť iba vtedy, keď má možnosť aktívne pôsobiť na formovanie svojho presvedčenia, a to nielen v závere presvedčovacieho procesu, ale aj v jeho priebehu. Spôsoby takéhoto zaangažovania recipienta sú veľmi rozmanité. Tam, kde je to možné, *treba sa usilovať naše myšlienky vyslovovať ako myšlienky presvedčovaného* (H a r i n g, 1980, s. 62). Nesmie to byť násilné alebo neprirodzené, pretože, ak recipient zistí, že persuáder s jeho mienkou „jarmočne" manipuluje, zjaví sa typická reakcia — uzatvorenosť alebo „bumerangový efekt". Na druhej strane sa osved-

---

* Túto skutočnosť možno ilustrovať príkladom knihy Uptona Sinclaira Džungľa, ktorá bola preložená do viac ako tridsiatich jazykov. Sinclair bol priateľom chudobných a vykorisťovaných, a preto nenávidel podvádzanie a korupciu. Sedem týždňov pozoroval, ako žijú ľudia v chicagských jatkách a napísal knihu, ktorou chcel reformovať nespravodlivý spoločenský poriadok. Veľa čitateľov však fakty uvedené v knihe vnímalo svojím vlastným spôsobom a z knihy si odniesli iba to, čo sa ich dotýkalo ako „pojedačov" mäsa. Neupútal ich napr. príbeh malého Stanislava, ktorý bol nútený pracovať v baliarňach za veľmi nízku mzdu, ale viac si všímali historky o jatočných potkanoch, ktoré popadali do nádrží s mäsom a boli spracované ako „čisté rezy bravčového". Hovorí sa, že po prvom vydaní začiatkom nášho storočia prestali mnohí Američania konzumovať mäso a začali sa angažovať za schválenie zákona o čistote potravín. Väčšina z nich (keďže „fakty nehovoria za seba") sa však neangažovala za to, čo svojou knihou sledoval autor, teda za zmenu nespravodlivého spoločenského poriadku.

Rámik č. 25 *Explicitne alebo implicitne . . .*

V záujme predbežného overovania ovplyvňovacej účinnosti explicitne alebo implicitne formulovaných záverov sme vykonali experimentálnu sondu. Na pokuse sa zúčastnilo 286 probantov vo veku od 17 do 24 rokov. V prvej experimentálnej situácii sa 145 probantov vyjadrovalo k informácii, ktorá obsahovala tieto kroky:

1. Úvod: „V jednom oddelení veľkého závodu zaznamenávali už dlhší čas pomerne veľkú fluktuáciu zamestnancov. Preto vedenie závodu prerokovávalo viaceré varianty návrhov na riešenie tohto problému. V jednom z nich sa napr. žiadalo:

a) prejsť od trojsmenného pracovného dňa na dvojsmenný;

b) realizovať zlepšovacie návrhy na zníženie hlučnosti a prašnosti na pracovisku;

c) predĺžiť čas venovaný osobnej hygienickej očiste po práci o 20 minút;

d) predĺžiť obedňajšiu prestávku o pol hodiny.

2. Implicitne formulovaný záver: „Pretože uvedené opatrenia priamo vyplynuli z rozborov hlavných problémov na oddelení závodu, v návrhu sa konštatovalo, že prijaté opatrenia sa musia prejaviť na odstránení fluktuácie, čiže na stabilizácii zamestnancov.

3. Riešenie probantov (prvá skupina): „Podľa mojej mienky sa po realizovaní tohto návrhu aj celkové množstvo produkcie výrobkov v tomto oddelení: 1. výrazne zlepší, 2. čiastočne zlepší, 3. ani nezlepší, ani nezhorší, 4. čiastočne zhorší, 5. výrazne zhorší;

Druhá skupina probantov sa dostala do tej istej situácie, no k predchádzajúcemu implicitne formulovanému záveru sa pripojil aj záver explicitný. Konkrétne „. . . v dôsledku čoho sa úplne logicky očakáva aj výrazné zlepšenie celkového množstva produkcie, pretože odstránenie fluktuácie sa vždy prejavuje výraznýmzlepšením produkcie výroby“. (Z tohto vyplýva, že explicitne vyvodený záver obsahoval už tvrdenie o produkcii, teda tvrdenie, ktoré sa nevyskytlo v implicitne vyvodenom závere, hoci sa obidve skupiny mali vyjadriť práve k produkcii.

V inej experimentálnej situácii sa malo vyjadriť 141 probantov k riešeniu podmienok individuálneho štúdia po vypočutí určitých informácií.

„Na jednej fakulte sa už dlhšiu dobu konštatuje, že študenti majú veľmi nepriaznivé časové podmienky na individuálne štúdium. Preto vedenie fakulty prerokovávalo viaceré varianty návrhov na riešenie tohto problému. Napríklad v jednom z nich sa žiadalo:

a) výukový deň začať o 7. hodine a skončiť ho o 19. hodine;

b) upraviť rozvrh hodín tak, aby prestávky medzi seminármi a prednáškami neboli dlhšie ako 10—15 minút;

c) sústrediť prednášky a semináre do troch vyučovacích dní;

d) z ušetreného času vyčleniť dva voľné dni (pondelok a piatok) iba na štúdium.

Implicitný záver (formulovaný pre prvú skupinu): „Pretože týmito opatreniami by študenti získali spolu so sobotou a nedeľou štyri voľné dni iba pre seba, v návrhu sa konštatovalo, že tým sa pre študentov utvoria veľmi priaznivé podmienky na individuálne štúdium."

Explicitný záver (formulovaný pre druhú skupinu) obsahoval okrem predchádzajúceho záveru aj toto: „. . . v dôsledku čoho sa úplne logicky očakáva aj výrazné zlepšenie prospechu, pretože bez dobrých individuálnych podmienok na štúdium nemožno očakávať dobrý prospech".

Obidve skupiny sa po vypočutí správy vyjadrovali na už uvedenej päťstupňovej stupnici k otázke, či po realizovaní uvedeného návrhu sa prospech študentov zlepší alebo zhorší. Na základe vypočítaných aritmetických priemerov stupníc sme získali tieto údaje:

Experimentálna situácia	Výberový súbor	Implicitný záver		Explicitný záver		Rozdiel	χ^2
		f	$\bar{x}$	f	$\bar{x}$	(d)	
produkcia	V	48	2,75	31	1,95	0,80	3,22
	S	34	3,91	32	2,56	1,35	13,10*
prospech	V	24	2,37	55	2,56	—0,19	0,33
	S	32	3,62	30	2,67	0,89	3,91**

* $P < 0,01$ ** $P < 0,05$

Výsledky upozorňujú na to, čo sa v tejto súvislosti konštatovalo už v odbornej literatúre. Čím sú probanti mladší a menej skúsenejší, tým viac ich možno ovplyvniť explicitne vyvodeným záverom a naopak (porovnaj výsledky stredoškolákov a vysokoškolákov). Na ovplyvnenie však vplýva aj obsah problematiky. Zdá sa, že možno súhlasiť aj s výsledkami tých výskumov, ktoré potvrdzujú, že čím je obsah problematiky pre probantov bližší, tým skôr môže explicitne formulovaný záver vyvolať zápornú reakciu. (V našom prípade porovnaj značne odlišné výsledky dosiahnuté pri hodnotení neznámeho problému a pri hodnotení známeho problému.) To všetko upozorňuje, že ovplyvňovanie recipienta sa riadi poznatkami o implicitne i explicitne vyvodzovaných záveroch, aj keď sa tieto poznatky nepresadzujú vždy jednoznačne.

čuje, ak presvedčovateľ uvádza svoje návrhy tak, akoby pomáhal formulovať pôvodné myšlienky recipienta, napr. „z toho, čo ste povedali, vyplýva, že . . .“, „aj vaše doterajšie počínanie naznačuje, že . . .“, „spomínam si, že aj vy ste minule hovorili . . .“, „zaujala ma vaša myšlienka, podľa ktorej . . .“, „vy ste vlastne prvý prišli s návrhom aby . . .“, „keď sa na veci pozerám z tohto hľadiska, zisťujem, že medzi nami vlastne ani nie je taký veľký rozdiel“, „hovoríme vlastne to isté, len inými slovami“ atď.

V iných prípadoch môžeme recipienta zainteresovať na tvorbe presvedčenia aj tak, že ho *rozličnými spôsobmi nabádame k samostatnému riešeniu príslušných problémov, príp. mu dávame rady, čo si treba všímať a čo pozorovať.* Preto sa osvedčilo uvádzať návrhy riešenia napr. aj takýmito apelmi: „pouvažuj o správnosti tohto tvrdenia!“, „nespoliehaj sa na logiku môjho uvažovania, ale prever si to aj sám!“, „je možné nájsť aj iné riešenie?“, „dalo by sa to tvrdenie obhájiť?“, „v ktorých prípadoch by bolo možné prijať tento záver?“ a pod. „Presvedčenia, ktoré sa utvorili u jedinca pri vlastnom riešení úloh, sa odlišujú od presvedčení, ktoré vznikli z iných príčin, napr. pôsobením autority, ojedinelých okolností, emocionálnym pôsobením atď. Z hľadiska intenzity môžu byť jedny aj druhé presvedčenia rovnaké, no z hľadiska odolnosti a ofenzívnosti sa odlišujú. Prvé presvedčenia sú podložené pochopením a argumentmi, a preto sú odolnejšie voči novým autoritám, novým faktom i novým emocionálnym zásahom“ (L e r n e r, 1976).

V ostatnom čase viaceré psychologické výskumy upozorňujú, že na proces internalizácie cudzieho názoru na názor vlastný veľmi dobre vplýva aj *poverenie ešte nepresvedčeného napomáhať pri presvedčovaní druhých.* Mnohé príklady zo spoločenskej praxe, či už zo školy, nemocnice, alebo zo športu, upozorňujú, že takéto poverovanie je možné. Napríklad pred niektorými závažnými činnosťami (záverečné skúšky, kvalifikačné športové súťaže, ale aj náročná operácia) nie je zriedkavosťou, že učiteľ, tréner alebo lekár poveria niektorého z účastníkov, aby mu pomáhali upokojovať a získavať potrebné odhodlanie a istotu spolužiaka, spoluhráča, spolupacienta. Pritom je zaujímavé, že aj keď sa poverenému vždy nepodarí presvedčiť tých druhých, skoro vždy sa mu podarí kladne pôsobiť na svoje vlastné presvedčenie. Psychologicky sa to vysvetľuje práve autorstvom presvedčenia. Ak totiž subjekt v priebehu takejto improvizovanej činnosti verejne zastáva a obhajuje názor, ktorý je protikladný k jeho súkromným názorom, začína si ho skôr osvojovať ako tí druhí aj preto, lebo argumenty, ktoré uvádza, sú jeho vlastné, ako je vlastný aj celý spôsob presvedčovania. Teda ak platí v oblasti vzdelávania poznatok, že „učením iných sám seba učíš“, pravdepodobne aj v oblasti persuázie platí, že „presvedčovaním iných sám seba presvedčuješ“.

Poverovanie presvedčovaním ešte nepresvedčených má však takisto svoje obmedzenia. Tento spôsob

možno účinne použiť iba vtedy, keď recipienta púta k presvedčovateľovi nejaký pozitívny medziosobný vzťah, vyplývajúci napr. z autority, úcty, priateľstva, sympatie a pod. Chýbanie takéhoto vzťahu, príp. vzťah vyplývajúci zo strachu pred sankciami limituje účinky povereného presvedčovania. Dokonca aj poskytovanie odmeny za presvedčovanie iných (ako upozorňuje teória kognitívnej disonancie) môže mať za následok skôr záporný ako kladný účinok.

X.
OSOBITOSTI METÓDY AUTOPERSUÁZIE

Rozdiely medzi sebapresvedčovaním (autopersuázia) a presvedčovaním (persuázia) možno zreteľne postihnúť z hľadiska viacerých ukazovateľov. Z hľadiska riadenia sa presvedčovanie charakterizuje ako regulačný proces, sebapresvedčovanie zasa ako autoregulačný proces. V pedagogike alebo v psychológii sa presvedčovanie pokladá za významnú výchovnú metódu, sebapresvedčovanie (ako na to upozorňuje K u l i k o v, 1978) je však sebavýchovnou metódou. Z hľadiska komunikácie je presvedčovanie interpersonálny proces, sebapresvedčovanie je proces intrapersonálny. O k u n (1978, s. 14) pod presvedčovaním (Überzeungsprozess) rozumie takú činnosť, keď subjekt pôsobí na iného človeka; pod sebapresvedčovaním rozumie zasa takú činnosť (Sich-selbst-Überzeungen), keď je jedinec vedený k presvedčeniu sám sebou.

1. DRUHY SEBAPRESVEDČOVANIA

Presvedčovanie a sebapresvedčovanie majú okrem spomenutých rozdielov aj mnohé spoločné znaky. Túto zhodnosť môžeme vidieť nielen v obsahu (všetky životné problémy človeka, ktoré sa riešia presvedčovaním, možno riešiť takisto sebapresvedčovaním), ale aj v psychických mechanizmoch, na základe ktorých obidva procesy prebiehajú. O čo tu ide? Tak ako sa o sebavýchove v prenesenom zmysle slova hovorí, že je rubom alebo druhou stranou mince výchovy, rovnako možno túto charakteristiku aplikovať aj na autopersuáziu vo vzťahu k persuázii. Podľa O k u n a (1978) „je každé hotové presvedčenie viac či menej jednotou presvedčovania i sebapresvedčovania. Určité presvedčenie sa môže utvoriť len potom, keď bude presvedčovaný aktívny aj sám. No aj vtedy, keď sa určitá osoba sama presvedčí bez priameho pôsobenia niekoho druhého, je toto presvedčenie výsledkom pôsobenia argumentov, ktoré jedinec poznal v priebehu svojho vzdelávania“. Tieto skutočnosti možno vyjadriť tézou dialektickej závislosti, podľa ktorej „*každé presvedčovanie predpokladá sebapresvedčovanie* (prvá časť tézy) *a v každom sebapresvedčovaní sa viac*

alebo menej (priamo alebo nepriamo) odrážajú aj presvedčovacie vplyvy druhých ľudí (druhá časť tézy). Aby nás táto dialektická závislosť nemýlila, príp. nezvádzala k zamieňaniu či stotožňovaniu obidvoch procesov, pri autopersuázii treba rozlišovať medzi tzv. dôsledkovým a spontánnym sebapresvedčovaním.

DÔSLEDKOVÉ SEBAPRESVEDČOVANIE

Dôsledkovým sebapresvedčovaním rozumieme také úsilie subjektu o získanie uistenosti, ktoré nasleduje bezprostredne po presvedčovaní druhou osobou. Ako sme už spomenuli, bez aktívnej a tvorivej spoluúčasti recipienta na zvnútorňovaní toho, čím na neho persuáder pôsobí, čiže bez vedomia autorstva, je vznik akéhokoľvek presvedčenia nemysliteľný. V tomto zmysle treba chápať prvú časť tézy a v tomto zmysle možno akceptovať aj teoretické závery iných autorov (H a r i n g, 1980, s. 62), z ktorých jednoznačne vyplýva, že persuázia v pozitívnom prípade prechádza do autopersuázie* a autoregulácie správania.

---

* Tento názor možno doplniť poznámkou, že vplyv persuázie na sebapresvedčovanie existuje aj v negatívnom zmysle, t. j. keď recipient odmieta názory presvedčovateľa. Totiž niekedy aj odmietanie smeruje k dôsledkovej autopersuázii, ale negatívnej. Vyznačuje sa väčšou alebo menšou nesúladnosťou medzi tým, čím sa na recipienta pôsobí a tým, čo si z tohto pôsobenia pre seba vyberá. S dôsledkovou autopersuáziou sa však nestretávame len u toho, kto je presvedčovaný, ale aj u toho, kto presvedčuje. Samozrejme, dôsledková autopersuázia nemusí mať ani u presvedčovateľa vždy iba kladnú podobu. Napríklad je známe, že čím väčšiu autoritu má recipient a čím ťažšie sa ovplyvňuje, tým viac sa môže oslabovať presvedčenie persuádera. Veď nie sú zriedkavé ani prípady, keď sa z presvedčovateľa stáva presvedčovaný.

Dôsledkové sebapresvedčovanie má dve fázy. Prvá fáza — *simultánna* — sa uskutočňuje počas presvedčovacieho pôsobenia persuádera. Je to fáza, v ktorej sa recipient aktívne zúčastňuje na možnom interiorizovaní toho, čím na neho persuáder pôsobí. Druhá fáza — *sukcesívna (následná)* — sa uskutočňuje po priamom pôsobení presvedčovateľa (postpresvedčovacia fáza).

Existencia postpresvedčovacieho štádia upozorňuje, že celkový efekt presvedčovania nemožno v nijakom prípade odhadnúť hneď po ukončení presvedčovacieho procesu. Keďže recipient v tejto fáze spracováva v sebe to, čím na neho persuáder pôsobil, u toho istého recipienta sa zistili v rozličných časových úsekoch nielen rozdielne, ale často aj protikladné výsledky. Táto skutočnosť spočiatku privádzala do rozpakov tých, ktorí sa zaoberali touto problematikou, pretože spochybňovala výsledky získané v exaktných experimentálnych podmienkach. Viacerí psychológovia označili tento jav ako „spiaci efekt".

Napr. v experimentálnom výskume H o v l a n d a W e i s s (1961) pripravili dve alternatívy správy, z ktorých jedna sa vyjadrovala k problematike kladne a druhá záporne. Obidve verzie poskytovali rovnaký počet faktov, používali v podstate ten istý materiál a pri obidvoch sa použil jeden vierohodný a jeden nevierohodný zdroj

(komunikátor). Keď sa hneď po prednesení správ zisťoval ich účinok, ukázali sa zreteľné rozdiely. Ak bol komunikátor vierohodný, zmenilo svoju mienku v súlade s tým, čo obhajoval, 23 % recipientov; ak bol komunikátor nevierohodný, zmenilo mienku iba necelých 7 % recipientov. Tento výsledok sám osebe nie je prekvapením, pretože, ako sme už spomenuli, aj vierohodnosť zdroja je faktorom, ktorý ovplyvňuje prijatie správy. Experimentátorov však prekvapili iné skutočnosti. Pri opakovaní výskumu (po dvoch až štyroch týždňoch) zistili paradoxný výsledok — pokles „množstva“ súhlasu s vierohodným zdrojom a vzrast „množstva“ súhlasu s nevierohodným zdrojom. Pravda to, čo západní psychológovia v súvislosti s týmto nazvali „spiacim efektom“, teda pojmom, ktorý inklinuje viac k iracionálnym interpretáciám, možno celkom dobre vysvetliť aj psychickým mechanizmom konzekventnej autopersuázie, prebiehajúcej v postpresvedčovacej fáze.

Pre *postpresvedčovaciu fázu* je príznačné, že sa nedá časovo ohraničiť — môže to byť niekoľko hodín, dňov, týždňov, mesiacov ale aj rokov. Ani početnosť návratov k presvedčovaciemu aktu nemožno presne určiť. Návrat môže byť jednorazový (náhodný), opakovaný, ale aj viac-menej permanentný. Aj podnety dôsledkového sebapresvedčovania sú v postpresvedčovacej fáze rozličné. Okrem exogénnych podnetov, napr. nové poznatky, skúsenosti, zážitky alebo príhody recipienta, na revíziu persuázneho vplyvu pôsobia aj endogénne rozdiely.

Napríklad u niektorých dominantných alebo opozične až negativisticky osobnostne štrukturovaných jedincov, ktorí majú tendenciu odmietať všetky protikladné názory (nie pre ich obsah, ale z prestížnych dôvodov), môže revízia postojov nastupovať úmerne s doznievaním a utlmovaním vyprovokovanej súperivosti alebo rivality. U ľudí ľahko podliehajúcich postranným faktorom presvedčovania (sugestívnosť alebo vierohodnosť zdroja) môže revíziu predtým prijatého presvedčenia navodiť zasa skutočnosť, že postranné faktory časom ustupujú do pozadia (zabudnutia) a zreteľnejšie sa prejaví podstata samého persuázneho problému. Konzekventné druhofázové presvedčovanie sa zjavuje skoro pravidelne u ľudí, ktorí patria k slabému typu VNČ a ktorí pomalšie reagujú na argumenty a protiargumenty presvedčovateľa. Takíto ľudia potrebujú dlhší čas a nikým nerušenú pokojnú atmosféru na premýšľanie, aby si mohli všetko znova uvážiť, starostlivo preskúmať, a tak zaujať svoje stanovisko.

Utváranie presvedčenia je teda spravidla dlhodobý proces a nemožno ho merať iba dĺžkou pôsobenia presvedčovateľa. Je to nielen proces dozrievania, upevňovania a kryštalizácie, ale aj proces spresňovania, reštrukturalizácie, doznievania i odumierania toho, čím sa na recipienta pôsobilo. Akékoľvek náhlivé vynucovanie presvedčenia je teda vážnym sebaklamom presvedčovateľa. Možno s ním vystačiť nanajvýš v kúpno-predajných vzťahoch, aj to iba pri tzv. jarmočnom ovplyvňovaní, keď sa persuáderovi „typu podomového obchodníka“ vypláca aj momentálne dosiahnutý výsledok.

SPONTÁNNE SEBAPRESVEDČOVANIE

Spontánnym sebapresvedčovaním rozumieme také úsilie subjektu o získanie istoty, ktoré vychádza z jeho vlastného podnetu, čiže predchádza priamym persuáznym vplyvom druhých ľudí. Človek je teda nielen presvedčovaný inými, ale usiluje sa presvedčovať aj sám seba. Ide tu o iniciatívne racionálno-emotívne úsilie získať uistenosť o správnosti a pravdivosti poznania alebo etického hodnotenia rozličných javov vnútorného a vonkajšieho sveta.

Psychická podstata spontánnych sebapresvedčovacích procesov nie je zatiaľ celkom objasnená. Skutočnosť, že človek je v každom okamihu svojho života „za niečo“ i „proti niečomu“, že sa niečím nadchýňa a zároveň niečo odmieta, že sa neustále o niečo usiluje a zároveň je k mnohým veciam ľahostajný až indiferentný, upozorňuje, že práve v tejto dialektickej protirečivosti a rozpornosti psychických procesov treba najskôr hľadať východisko interpretácie psychického mechanizmu sebapresvedčovania.

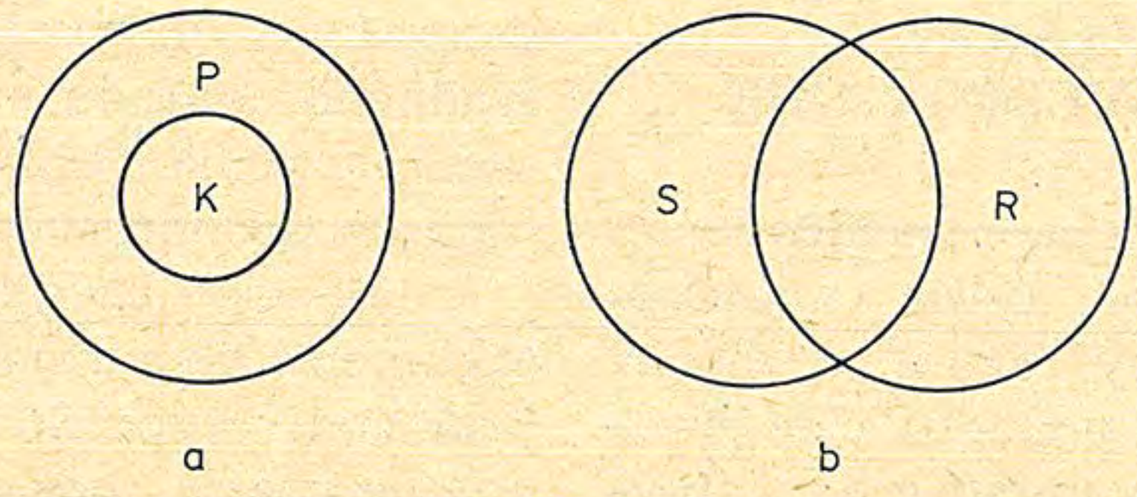
Poznanie, že človek je jednotou protikladov, znamená, že aj u toho „najnecharakternejšieho“ človeka sa z času na čas môžu objaviť výčitky svedomia, a naopak, aj u toho „najcharakternejšieho“ sa môžu prebudiť eticky záporné tendencie. Či si človek udrží svoj doterajší etický profil, alebo sa dá na „krivolakú cestu“, závisí aj od toho, akým spôsobom si bude odpovedať na *„dvojitú argumentáciu“* („za“ a „proti“). Tam, kde sa človek musí vyrovnávať so svojimi protikladnými tendenciami, vyplývajúcimi z protikladného pohľadu na svet i na seba samého, vzniká vždy možnosť spontánneho sebapresvedčovania.

Existencia dvojitej protirečivej argumentácie naznačuje, že pri objasňovaní psychického mechanizmu autopersuázie možno vychádzať aj zo štúdia priebehu a riešenia konfliktov.* Hoci je problematika konfliktov blízka problematike „dvojitej argumentácie“ a aj keď v súčasnosti patrí medzi najviac rozpracované psychologické pojmy, predsa s jej poznatkovým arzenálom úplne nevystačíme.

Je to preto, že každé protirečivé prežívanie skutočnosti nemusí byť hneď konfliktom. Stotožňovať protirečivé prežívanie s konfliktogénnosťou je zásadne nesprávne, pretože človek svoj rozporný obraz prežíva predovšetkým v problémovej rovine. Pritom je známe, že riešenie problémov sa nemusí vždy prežívať iba ako nepríjemný psychický stav, ba naopak, môže byť zdrojom príjemných zážitkov. Na rozdiel od kon-

---

* V psychológii sa konflikt často zjednodušene charakterizuje ako zložitá forma frustrácie, keď sa na ceste k dosiahnutiu určitého cieľa vyskytli dve alebo viaceré protikladné sily alebo prekážky približne rovnakej intenzity alebo veľkosti. Skutočnosť, že pri prevahe jednej sily alebo prekážky nad druhou konflikt nevzniká, znamená, že tento nepríjemný psychický stav nenastáva vtedy, keď človek nemá nijakú možnosť. Vzniká však vtedy, keď možnosti existujú a človek sa nevie medzi nimi rozhodnúť. Práve to, že človek má viacero možností a nevie sa medzi nimi rozhodnúť, vyvoláva psychický stav, ktorý môže vyústiť do vážnych duševných porúch, príp. aj ochorení.



Obr. 14. *Koncentrické kruhy* (a) *znázorňujúce vzťah medzi protirečivým prežívaním skutočnosti v podobe problémov* (P) *a konfliktov* (K); *prekryté kruhy* (b) *znázorňujúce vzťah medzi procesom sebapresvedčovania* (S) *a rozhodovania* (R)

fliktov sa možné pozitívne psychické zážitky nevzťahujú iba na finálnu, ale aj na procesuálnu stránku. Preto normálny človek pred problémami neuteká, ale naopak, neraz ich vyhľadáva, pretože v ich riešení vidí tak optimalizovanie svojich životných podmienok, ako aj svoje životné naplňovanie (zmysel života). To samozrejme neznamená, že za určitých okolností sa niektoré zle riešené problémy nemôžu premeniť na konflikty.

Konflikt je teda iba jedným z psychických prejavov protirečivého prežívania života, a to znamená, že poznatkami o vzniku, priebehu a prekonávaní konfliktov možno objasniť len niektoré stránky psychického mechanizmu autopersuázie. Vzťah problematiky sebapresvedčovania a problematiky konfliktov je znázornený na obr. 14 (väčší kruh predstavuje autopersuáziu a menší kruh predstavuje konflikty).

Keďže v súvislosti s existenciou „dvojitej argumentácie“ sa subjekt musí neustále pri presvedčovaní *rozhodovať* medzi prijatím jedných dôkazov a odmietnutím druhých, vzniká otázka, či nemožno psychický proces autopersuázie objasniť na základe psychického mechanizmu rozhodovania. Totiž to, ako sa človek rozhoduje, pomáha objasňovať konečný článok lomu vonkajších vplyvov na vnútorných podmienkach.*

Medzi psychologickou problematikou rozhodovania a psychologickou problematikou autopersuázie však existujú takisto zreteľné rozdiely. Psychológia rozhodovania skúma viac vonkajšiu stránku rozhodovania jedinca. Autopersuázia si zasa všíma viac to, čo sa odohráva v jedincovi pred určitým rozhodnutím. Inými

---

* Doterajšie poznatky o *utilitách* (t. j. ako človek zhodnocuje žiadúce javy v protiklade k ich objektívnej úžitkovej hodnote) a o *pravdepodobnosti* (t. j. ako ľudia postupujú, keď očakávajú pravdepodobnosť výskytu určitého javu a ako sa táto subjektívna pravdepodobnosť líši od objektívnej) pomohli preniknúť hlbšie do tajov psychiky. Psychológia rozhodovania upozornila, ako si počína rozhodovateľ v náročných situáciách, v akých podmienkach sa rozhoduje najoptimálnejšie, kedy má sklon riskovať a kedy je najčastejšie nerozhodný.

Rámik č. 26 *Autorstvo presvedčenia*

Komu vďačia ľudia za vznik svojich najvýznamnejších presvedčení? Prepracovali sa k nim úplne sami alebo im pritom pomohli iní ľudia? To boli otázky, na ktoré nám mala odpovedať výskumná sonda s 205 pokusnými osobami vo veku od 18 do 35 rokov. Prvou úlohou pokusných osôb bolo určiť jedno zo svojich najsilnejších osobných presvedčení a označiť ho nejakou šifrou. Na predloženej stupnici mali uviesť, ako sa k tomuto presvedčeniu dopracovali. Výsledky ukázali, že k svojmu presvedčeniu dospeli

- *úplne sami (22,4 %),*
- *prevažne sami a iba čiastočne s pomocou druhých (35,0 %),*
- *tak sami, ako aj s pomocou druhých (37,8 %),*
- *prevažne pomocou druhých a iba čiastočne sami (5,8 %),*
- *len pomocou druhých (0 %).*

Pri diferenciácii respondentov podľa veku a pohlavia sme nezistili významné rozdiely. (Poradový korelačný koeficient $r_s = 0{,}97$; $P < 0{,}05$.) Výskum potvrdil veľký význam autorstva vlastného presvedčenia. Ukázalo sa, že na vzniku každého presvedčenia sa vo výraznej miere podieľa predovšetkým jeho nositeľ. Teda presvedčenie nemožno prevziať od druhých ako informáciu alebo jednoduchý poznatok. Na druhej strane existencia viac ako pätiny presvedčení, ku ktorým respondenti dospeli sami, zasa upozorňuje, že presvedčenie vzniká nielen na základe persuázie, ale aj na základe spontánnej autopersuázie. Zároveň sa však potvrdilo, že pri spontánnej autopersuázii si človek zvyčajne ani neuvedomuje, že aj v tomto prípade si viac či menej formuje svoje presvedčenie pod vplyvom iných.

slovami, zatiaľ čo si pri rozhodovacích procesoch viac všímame decidenta z hľadiska efektu (čo urobil, ako konal), pri autopersuázii si všímame u recipienta viac to, ako sa rozhodnutie prejavuje v jeho prežívaní, teda v postojoch.*

Pri rozhodovaní sa viacej upriamujeme na skúmanie *finálnej stránky* riešenia nejakého problému (napr. ako sa človek v podmienkach určitých utilít rozhoduje, kedy postupuje uvážene a kedy riskuje), no pri autopersuázii je predmetom skúmania skôr *procesuálna stránka* riešenia nejakého problému (napr. prečo dáva človek v podmienkach „dvojitej argumentácie“ prednosť jedným argumentom a nie druhým). Odhalením, ako sa jedinec rozhodol alebo sa v budúcnosti rozhodne, sa problematika pre psychológiu roz-

* Pripomíname skutočnosť, že existuje veľa ľudí, ktorí sú o niečom presvedčení (postojová oblasť), ale nekonajú v zhode so svojím presvedčením. Nie sú zriedkavé ani prípady, keď sa ľudia navonok prejavujú určitým konaním, aj keď tomuto konaniu nezodpovedá vnútorné presvedčenie.

hodovania spravidla končí, no nekončí sa pre autopersuáziu. Totiž človek sa nepresvedčuje iba pred prijatím nejakého rozhodnutia, ale aj po jeho prijatí, a to nielen v prvých hodinách, dňoch alebo týždňoch, ale aj po niekoľkých mesiacoch a rokoch. Napríklad niekto rozmýšľa, či si má za usporené peniaze kúpiť auto alebo chatu a napokon sa po dlhom uvažovaní rozhodne pre chatu. Týmto sa však problém nekončí. Možno pozorovať zaujímavú situáciu, keď decident kadekomu vykladá, prečo si kúpil práve chatu a nie auto. Teda decident sa potrebuje znova a znova uisťovať, že sa rozhodol správne. Vzťah medzi procesom rozhodovania a sebapresvedčovania je znázornený na obr. 14.

*

Aj keď je pre spontánne sebapresvedčovanie na rozdiel od dôsledkového (konzekventného) sebapresvedčovania príznačná väčšia samostatnosť a vyššia autoregulácia, predsa nie je ani tento typ sebaovplyvňovania úplne nezávislý od presvedčovania druhými. Skutočnosť, že človek je tvor spoločenský a na spoločnosť je odkázaný, znamená, že v jeho sebapresvedčovacích tendenciách sa vždy odráža „duch doby", spoločenského zriadenia, triedy, sociálnej skupiny atď. V tomto zmysle možno chápať zasa druhú časť tézy, t. j. že *v každom sebapresvedčovaní sa súčasne viac alebo menej, priamo alebo nepriamo odrážajú aj presvedčovacie vplyvy druhých ľudí* (pozri rámik č. 26).

2. SPÔSOBY SEBAPRESVEDČOVANIA

Sebapresvedčovanie sa z hľadiska obsahu neodlišuje od presvedčovania inými. V jednom i druhom prípade ide o rozporné videnie skutočnosti, o existenciu protikladných argumentov a o racionálno-emotívne hľadanie a nachádzanie istoty. Zreteľný rozdiel je však v tom, že zatiaľ čo pri presvedčovaní existuje kontrola, korekcia a kritika toho, ako recipient uvažuje, cíti a myslí, pri sebapresvedčovaní je človek sám sebe nielen navrhovateľom, ale aj riešiteľom, nielen žalobcom, ale aj sudcom. Neexistencia presvedčovateľa pri autopersuázii si vyžaduje, aby sa autopersuáder (ak nechce svoje presvedčenie zakladať na osobných sebaklamoch) vyznačoval takými vlastnosťami, ako je vysoká kultúra myslenia, sebakritickosť, odosobnenosť pri hodnotení vecí i seba a vysoká sebadôvera. (Odosobnenosť nevylučuje zainteresovanosť ako jeden z významných princípov presvedčovania.)

Vysoká kultúra myslenia znamená schopnosť poznávať veci a javy okolo seba i v sebe v celej mnohostrannosti a vzájomnej dialektickej podmienenosti. Ľudia, ktorí sa pozerajú na svet iba povrchne, sa nemajú vlastne o čom ani presvedčovať, pretože nevidia rozpornosť a protirečivosť javov, ktoré ich obklopujú. Kultúra myslenia sa spája aj so schopnosťou správne logicky uvažovať, logicky formulovať tézy a antitézy, uvádzať adekvátne dôkazy a konfrontovať logiku svojich postojov so skutočnosťou. Je známe, že to, čo

je formálne logicky správne, nie je vždy pravdivé aj empiricky. Kultúra myslenia — to je aj disciplinovaný prístup k riešeným problémom, ktorý umožňuje rozlišovať medzi skutočnosťou a neskutočnosťou, teda medzi tým, čo by som chcel a tým, čo by som vedel urobiť.

Odosobnenosť predpokladá schopnosť pozrieť sa na seba nielen svojimi očami, ale aj očami druhých ľudí. Tomu napomáha empatické vcítenie sa do emócií druhých ľudí. To zároveň umožňuje klásť si a kriticky odpovedať na otázky, ktoré sú osobne nepríjemné (napr. lekárom je známe, že človek sa skôr prizná k poruchám zraku alebo sluchu ako k impotencii; podobne aj psychológom sú známe mnohé prípady, keď sa ľudia skôr priznajú k slabej pamäti ako k slabému úsudku alebo slabej vôli). Človek, ktorý nedokáže odosobnene hodnotiť svoju situáciu a ktorý iným pripisuje svoje vlastné videnie sveta, môže potom uveriť, že všetko to, čo si želá on, si želajú aj ostatní.

Samozrejme úsilie o odosobnené sebahodnotenie a hodnotenie svojej situácie nevylučuje *sebadôveru* ako ďalší predpoklad úspešného sebapresvedčovania. Človek, ktorý nedôveruje výsledkom svojich myšlienkových postupov a ktorý si nie je istý vo svojich názoroch a postojoch iba preto, že k nim dospel relatívne sám, sa vlastne nikdy nedopracuje k nejakému pevnému presvedčeniu. Veď aj utváranie a vznik presvedčenia, ku ktorému napomáha persuáder, predpokladá isté autorstvo (zúčastnenosť) recipienta. Potom sa nemôžeme čudovať, že osobnosť nedôverivého človeka nemožno charakterizovať systémom pevných presvedčení, ale skôr iba systémom príslušných strachov, obáv a neistôt.

Charakteristickým znakom sebapresvedčovania je, že človek si ho takmer neuvedomuje. Keby si ho „programoval“, vyzeralo by to, ako keby si povedal: „Idem si teraz niečo nahovárať“. Tým sa autopersuázia zreteľne odlišuje od iných autoregulačných metód, napr. od samoučenia, autosugescie a pod. Existenciu sebapresvedčovania si človek skôr uvedomuje iba v spomienkových rekonštrukciách. Je zaujímavé, že často si aj po rokoch pamätáme, ako sme sa snažili „nahovoriť si“ to či ono.

Neschopnosť jedinca primerane si uvedomiť sebapresvedčovanie sa vysvetľuje tým, že metóda autopersuázie sa pri sebaovplyvňovaní človeka spravidla nevyskytuje v čistej podobe, ale vždy iba v spojitosti s inými autoregulačnými metódami. V mnohých prípadoch si človek vyrieši svoje problémy už pochopením ich podstaty, teda ich spoznaním. V iných prípadoch je poznanie alebo pochopenie niečoho iba podmienkou toho, aby sa uplatnil ďalší autoregulačný proces — sebapresvedčovanie. Napríklad turista, ktorý na informačnej tabuli zistil, že do jeho cieľovej zastávky vedú súčasne viaceré cesty, môže začať uvažovať, či je lepšie voliť skratku a včaššie sa vrátiť domov, alebo dať prednosť dlhšiemu horskému chodníku a kochať sa prírodnými krásami. To, pre ktorú alternatívu sa turista rozhodne, môže byť podmienené takými osobnými faktormi, ako je napr. záujem

o prírodné krásy, vek a telesná kondícia, predstava o spôsobe trávenia voľného času a pod. Toto rozhodnutie však nevyplýva iba z poznávania problému, ale vyplýva aj z procesu uisťovania sa (sebapresvedčovanie), že v danej situácii je zvolená alternatíva najoptimálnejšia.

Zastretosť autopersuáznych procesov spoznávacími procesmi má za následok, že metóda sebapresvedčovania je zo všetkých autoregulačných metód azda najmenej rozpracovaná teoreticky. Zatiaľ poznáme iba niekoľko spôsobov jej uplatňovania. Pretože sa v podstate od seba nelíšia, chápeme ich iba ako rozličné varianty autopersuázie.

Variant A sa uplatňuje vtedy, keď chce autopersuáder získať uistenosť o optimálnosti riešenia nejakého problému na základe uplatňovania „dvojitej argumentácie". Tento spôsob je najbežnejší a pokladá sa za *základný*. Jeho efektívnosť závisí od toho, do akej miery je sebapresvedčovateľ disciplinovaný a ako vie postupne uplatňovať všetky relevantné „za" a „proti", no zároveň si vie oceniť ich hodnotu. Niekedy môže mať totiž jeden argument väčšiu hodnotu ako desiatky iných protikladných dôkazov. Povrchnosť v riešení vzniká najmä vtedy, keď človek prežíva riešenie problému ako starosť a nepríjemný zážitok. Pritom cíti potrebu unikať pred problémami, čo neraz robí aj ich nedôsledným, skratkovým riešením a racionalizáciou.

Racionalizácia ako technika sebaklamu sa pri sebapresvedčovaní prejavuje vo dvoch podobách: v zámernom znižovaní hodnoty niektorého argumentu a v úmyselnom zamlčovaní niektorého argumentu. Prvá podoba racionalizácie sa zjavuje vtedy, keď sa chce človek vyrovnať s nepríjemným zážitkom neúspechu (príkladom je Ezopova bájka o líške, ktorá nemohla dosiahnuť hrozno, a tak si povedala: „aj tak je kyslé"). Iným príkladom môže byť človek, ktorý z nedbalosti stratil hodinky, a aby sa pred sebou nejako ospravedlnil, začne si nahovárať, že boli staré, nemoderné, šli nepresne atď.

Druhá podoba racionalizácie sa zjavuje vtedy, keď človek potrebuje znížiť napätie a pocit viny, a tak niektoré argumenty zamlčuje a iné preceňuje. Napríklad autopersuáder, ktorý pri rozbore svojho konania dospieva k nepríjemnému poznaniu, že sa správal ako karierista, sa ospravedlňuje tým, že neprijal dobre platené miesto zo ziskuchtivých cieľov, ale preto, že si to druhí priali. Podobne nervózny rodič, ktorý zas nafackal svoje dieťa, sa začne ospravedlňovať tým, že trest nie je výsledkom jeho povahy, ale iba výsledkom nevyhnutnosti, teda dieťa si ho zaslúžilo.

Variant B sa vyznačuje tým, že autopersuáder rieši problém pomocou imaginárneho (vymysleného) oponenta. Robí to tak, že seba chápe ako obhajcu postoja, ktorý až dosiaľ zastával (téza), zatiaľ čo zastávanie antitézy zverí imaginárnemu persuáderovi. Takýto postup môže značne zľahčovať sebapresvedčovací proces. Tým, že sa sebapresvedčovateľ začína pozerať na riešenie svojho problému očami druhého, stane sa nielen dôslednejším, ale aj objektívnejším pri hodnotení závažnosti uvádzaných argumentov. Tento spôsob sebapresvedčovania je

blízky konzekventnému presvedčovaniu. Líši sa však od neho tým, že vo variante B sa pracuje výslovne s imaginárnou osobou, no pri dôsledkovom sebapresvedčovaní je osoba persuádera skutočná.

Existencia vymysleného presvedčovateľa neznamená, že by takáto osoba nemala vôbec existovať. Vymyslenosť (imaginarnosť) sa tu fakticky vzťahuje iba na proces (oponovanie a jeho spôsob), kým osoba oponenta by mala byť imaginárna (utvorená v predstavách); mal by ju predstavovať niekto z konkrétneho sociálneho prostredia autopersuádera. Teda mala by to byť osoba, ktorá veľmi dobre pozná celkovú osobnú situáciu a problém sebapresvedčovateľa a ktorá by v budúcnosti mohla prichádzať do úvahy aj ako jeden zo skutočných potenciónálnych oponentov. Možno vysloviť hypotézu, že čím autoritatívnejšia bude osoba substituovaná do roly imaginárneho oponenta a čím lepšie bude táto osoba poznať osobnú situáciu autopersuádera, tým skôr sa jej podarí získať adekvátnejšie a úplnejšie protiargumenty k jeho pôvodným postojom.

16-ročný chlapec si už dlhší čas šetrí na motorku, ktorou plánuje podniknúť výlet okolo Slovenska. Krátko pred prázdninami však zistí, že z výletu nebude nič, lebo časť z ušetrených peňazí minul na iné veci. Situáciu náhle zmení náhoda v podobe nájdenej peňaženky. V „mučivom" uisťovaní sa medzi možnosťami, či je lepšie nález ohlásiť, alebo podniknúť výlet, zreteľne prevažuje druhá alternatíva. A predsa chlapec nález ohlási! Príčina? Sám so sebou si prediskutoval, akoby ho asi hodnotilo jeho dievča, keby sa dozvedelo, že je schopný vykonať takýto skutok. Pokiaľ videl chlapec situáciu izolovane, z osobného hľadiska, prevládol u neho egoistický záujem, no zmenil sa, keď zhodnotil situáciu očami osoby, na ktorej mu veľmi záležalo.

Variant C sa od predchádzajúceho líši odlišnou substitúciou imaginárneho činiteľa presvedčovania. Imaginárnou osobou sa tu nestáva oponent, ale recipient. Robí sa to tak, že autopersuáder zverí svoj postoj (pre neho atraktívny a príťažlivý) nejakej vymyslenej osobe, a sám sa ujme roly oponenta — teda obhajcu antitézy. Vyhľadávanie imaginárneho recipienta sa uskutočňuje takisto podľa zásad uvedených v predchádzajúcom postupe. Mal by to byť teda opäť človek, ktorý sa čo najviac podobá autopersuáderovi a jeho situácii. Variant C sa uplatňuje vtedy, keď treba zvýšiť účinnosť oponentúry, pretože z dvoch diskutujúcich osôb je vždy priebojnejšia tá skutočná. Takýto spôsob sebapresvedčovania však môže v podmienkach projekcie strácať všetky svoje prednosti.

Projekcia ako technika sebaklamu umožňuje znižovať neúspech a vlastné ťažkosti tým, že ich človek prežíva na pozadí nedostatkov iných ľudí. V súvislosti s autopersuáziou sa to prejavuje tak, že človek síce pracuje so substituovaným recipientom, ale nevidí jeho pôvodné vlastnosti. Pripisuje mu však také spôsoby správania, vlastnosti a motívy, ktoré pripúšťa u seba a o ktorých vie, že sú nesprávne. Práve preto ich pomocou projekcie ospravedlňuje. Výsledkom takéhoto projekčného sebapresvedčovania sú nesprávne závery v zmysle „podľa seba súdim teba" (napr. „všetci ľudia kradnú",

Rámik č. 27 *Problémy so sebapresvedčovaním*

Literárna nerozpracovanosť metódy sebapresvedčovania nás podnietila uskutočniť exploračnú sondu so 191 náhodne vybranými respondentmi vo veku od 18 do 35 rokov. Ukázalo sa, že z troch autoregulačných metód sa ľudia najmenej ovplyvňujú autosugesciou (11 %) a najviac sa ovplyvňujú autoklarifikáciou — rozumovým objasňovaním niečoho (66 %). Autopersuázia patrí medzi stredne používané metódy a ovplyvňuje sa ňou iba 20 % respondentov.

Kvantitatívne poradie problémov s uplatňovaním tejto metódy sa na vopred formulovaných položkách profiluje takto:

1. „spravidla si nedávam úlohu sebapresvedčovať" (37 %),

2. „pri sebapresvedčovaní ani neviem, či na seba pôsobím metódou sebapresvedčovania alebo dákou inou autoregulačnou metódou" (34 %),

3. „v závere sebapresvedčovania sa obyčajne neviem rozhodnúť medzi dvoma možnosťami" (19 %),

4. „ak už na seba sebapresvedčovaním pôsobím, neviem problém dôsledne vyriešiť do konca" (8 %).

Pri diferenciácii odpovedí respondentov mladších (18—25 rokov) a starších (26—35 rokov) sme zistili štatisticky nevýznamnú koreláciu ($r_s = 0{,}40$; $P > 0{,}05$).

Exploračná sonda však naznačila, že sebapresvedčovanie sa neuplatňuje vedome ako jedna zo sebaovplyvňovacích metód, ale skôr spontánne, t. j. uplatňuje sa spolu s inými autoregulačnými metódami. Samo prekrývanie autoregulačných metód je pri sebaovplyvňovaní prirodzený jav a nie jeho nedostatok. Nedostatkom však je, keď si sebapresvedčovanie zamieňame s inými metódami a neuvedomujeme si jeho osobitosti. Totiž neuvedomovanie si podstaty autopersuázie sa nevyhnutne prejavuje na znížení jej účinnosti pri riešení rozličných sebavýchovných problémov.

„kto nekradne, okráda svoju rodinu", „všetci manželia podvádzajú svoje manželky" atď.).

Variant D sa vyznačuje tým, že persuáder i recipient vystupujú ako imaginárne osoby. To umožňuje sebapresvedčovateľovi zohrávať úlohu akoby nestranného pozorovateľa či sudcu, ktorý nezaujate počúva ich dialóg. Tento variant teda umožňuje väčšiu odosobnenosť a jeho uplatňovanie nie je v autopersuáznej praxi zriedkavé. Začína sa zvyčajne otázkou „čo by na to povedal N?" a „ako by na to odpovedal M?" Ide tu o spôsob myslenia, ktorý často nachádzame u autorov divadelných hier, zostavujúcich dialógy a repliky svojich postáv. Rozdiel je však v tom, že zatiaľ čo u dramatika sú činiteľom dialógu literárne stvárnené osoby, u autopersuádera

sú to skutočne reálne existujúce osoby z jeho sociálneho prostredia.

No nech už autopersuáder používa akékoľvek dômyselné varianty sebaovplyvňovania, nikdy „neprekročí svoj tieň“. To znamená, že sa nikdy nezbaví určitého subjektivizmu. Vždy je to totiž on, ktorý pozerá na seba očami druhých, je to on, ktorý hrá úlohu druhých, a je to opäť on, ktorý je už vopred zainteresovaný na dosiahnutí takého alebo onakého výsledku. Preto neprekvapuje, že pri riešení zložitých persuáznych problémov môže mať tendenciu vysporiadať sa s nimi aj na základe tzv. psychickej represie.

Represia (potlačenie) je taká technika sebaklamu, na základe ktorej sa frustrovaný jedinec usiluje udržať vlastnú psychickú rovnováhu potláčaním nepríjemných zážitkov alebo citov, a to poprením alebo opačným reagovaním. Pri poprení sa jedinec začína tváriť akoby problémy nejestvovali, pri opačnom reagovaní skrytý názor potláča príliš angažovaným dokazovaním protinázoru.

*

Z toho, čo sme povedali, vyplýva, že psychický mechanizmus tohto svojrázneho sebaovplyvňovania nie je ešte celkom objasnený.

Človek v náročných životných situáciách (Čáp, Dytrych, 1968) alebo pri psychickej záťaži (Pardel, 1977, s. 155) upadá pri riešení „dvojitej argumentácie“ často do sebaklamov. Sebaklamy sú v podstate obranným psychickým mechanizmom frustrovaného jedinca, t. j. jedinca, ktorý pri uspokojovaní svojich potrieb narazil na vážnu prekážku a prežíva stav zvýšeného napätia alebo sklamania.

Aj keď na základe doterajších poznatkov o konfliktoch v rozhodovacích procesoch alebo o technikách správania v podmienkach psychickej záťaže nemožno vysvetliť celý mechanizmus sebapresvedčovania, predsa samy poznatky môžu v kontexte autopersuázie nachádzať novšie i širšie vysvetlenie. To upozorňuje, že sebapresvedčovanie je nielen prakticky, ale aj teoreticky dôležitou psychologickou oblasťou (pozri rámik č. 27).

XI.
CVIČNÉ METÓDY PERSUÁZIE

Z toho, čo sme si doteraz povedali, vyplývajú predovšetkým dva poznatky: 1. presvedčovanie je jednou z *najvýznamnejších metód* medziľudského ovplyvňovania i výchovného pôsobenia a 2. primerané ovládanie efektívnych spôsobov, postupov a metodík presvedčovania patrí medzi *najnáročnejšie psychické činnosti* medziľudského ovplyvňovania.

Z významnosti a náročnosti presvedčovania vyplýva, že k efektívnemu a eticky správnemu uplatňovaniu tejto metódy nemôže človek dospieť živelne, akoby šlo o nejakú elementárnu činnosť. Existujú predsa jednoduchšie metódy (výklad, rozhovor, predvádzanie), ktorých správna aplikácia si už dnes vyžaduje špecifické vzdelávanie. O čo je však osvojenie presvedčovania ako výchovnej metódy náročnejšie?

Nedostatočné výchovné pôsobenie v tejto oblasti má za následok, že sa takmer sústavne stretávame s nesprávnym, neúplným, jednostranným, ba i pochybným aplikovaním metódy presvedčovania (pozri rámik č. 28), a to tak pri jednoduchom medziľudskom ovplyvňovaní, ako aj pri výchovnom pôsobení.

Aj keď je základným predpokladom úspešného presvedčovania obsah, t. j. čím sa pôsobí, predsa na jeho celkový výsledok vplýva aj forma, t. j. ako sa presvedčuje. Mnohé príklady upozorňujú, že často sa nemusí presadiť ani sám osebe príťažlivý obsah, ak je sprostredkovávaný nevhodnými *spôsobmi* presvedčovania. Preto sa psychológia usiluje nielen objasniť psychické mechanizmy presvedčovacieho procesu, ale zároveň aj riešiť problém, ako si môže človek poznatky o efektívnom presvedčovaní osvojiť.

Pretože metóda presvedčovania zahrnuje najzložitejšie spôsoby a postupy medziľudského ovplyvňovania, jej úplné osvojenie človek nezískava iba *pasívnym* čítaním príslušnej literatúry. Nevyhnutné je aplikovať aj *aktívne metódy*, ktoré umožňujú záujemcom osvojiť si nielen vedomosti a znalosti, ale aj samu spôsobilosť presvedčovať. Charakteristickým znakom aktívnych metód je, že sa zakladajú na organizovaní rozličných persuáznych cvičení. Persuázne cvičenia sa spravidla rozdeľujú na *teoretické a praktické*. Ich realizácia však predpokladá určité

Rámik č. 28 *Sondáž znalosti o presvedčovaní*

Keďže presvedčovanie ako metóda medziľudského ovplyvňovania reálne existuje, vznikla otázka, aké poznatky o jej uplatňovaní sa utvárajú vo vedomí človeka. Respondentmi výskumnej sondy bolo 170 osôb s ukončeným stredoškolským vzdelaním vo veku od 18 do 37 rokov. Najprv sa zisťovali znalosti pomocou nepriamo položenej otázky: „Mohli by ste opísať presvedčovací postup nejakej inej osoby, ktorý sa vám páčil, vyhovoval vám alebo vám imponoval?“ Odpovede respondentov bolo možné rozdeliť do niekoľkých kategórií:

— *rozumový prístup s konkrétnymi argumentmi (29,2 %),*
— *vysvetľovanie na príkladoch (24,6 %),*
— *nenásilná forma (14,5 %),*
— *osobný príklad pri presvedčovaní (16,9 %),*
— *súčasné objasňovanie kladov i záporov (15,3 %).*

Pri rozdelení respondentov na mladších a starších vznikli vzájomne odlišné poradia položiek ($r_s = 0,37$; $P > 0,05$).

Potom sa zisťovali znalosti pomocou priamo položenej otázky: „Mohli by ste stručne opísať zásady (hlavné body) vlastného postupu, ktorý najčastejšie uplatňujete pri presvedčovaní ľudí?“ Získané odpovede sa v podstate týkali:

1. *formulovania tézy a antitézy (54,5 %),*
2. *percepcie recipienta (39,5 %),*
3. *procesuálnej stránky presvedčovania, teda postupov (6,2 %).*

V jednotlivých kategóriách sa vyskytovali tieto odpovede:

ad 1. „zistím si jeho názor na vec, vyslovím svoj názor, sledujem jeho vyjadrenie k môjmu stanovisku, rozoberám klady aj zápory, premyslím si svoj názor“;

ad 2. „musím poznať osobnosť presvedčovaného, snažím sa priblížiť k jeho mysleniu, určím vhodnosť postupu vzhľadom na osobu, premyslím problém aj z hľadiska druhej osoby“;

ad 3. „hovorím k veci, neodbočujem od témy, používam fakty a nie všeobecné frázy, umožním aj druhej osobe vyjadriť svoj názor, presvedčujem jasnými argumentmi, pokúsim sa o vzájomnú analýzu stanovísk, využijem osobný príklad“.

Je to veľa alebo málo, čo respondenti poznajú o presvedčovaní? Dosť na to, aby sme mohli konštatovať, že presvedčovanie je vedome uplatňovanou metódou, ale dosť málo na to, aby sme mohli byť spokojní s kvalitou i kvantitou vedomostí. Ku kvalitatívnym nedostatkom patrí predovšetkým zamieňanie si spôsobov presvedčovania s inými metódami (napr. príkladu a objasňovania) i to, že sa nenašiel ani jeden prípad, ktorý by poukazoval na znalosť niektorej metodiky presvedčovania. Na kvantitatívne nedostatky zasa upozorňujú fakty, že sa o postupe presvedčovania (teda na čo sme sa pýtali) boli respondenti schopní sa vyjadriť iba v rozsahu 6,2 % údajov.

organizačné podmienky. Cvičné metódy sa môžu zvyčajne uplatňovať iba tam, kde je pohromade viac záujemcov o túto problematiku (napr. školiteľské podujatia — besedy, semináre, kurzy atď.).

1. TEORETICKÉ CVIČENIA

Podstatou teoretických cvičení je analýza persuázneho postupu. Analýza môže vychádzať zo skutočnej udalosti (analýza skutočnej situácie), alebo z fiktívnej situácie, keď je problém zámerne predstavený tak, aby sa mohli sledované spôsoby a postupy presvedčovania precvičiť. Z toho vyplýva, že základom teoretických cvičení sú *situačné metódy*.

V súvislosti s analýzou skutočnej situácie je východiskom teoretického cvičenia zvyčajne referát na tému „Ako som si počínal". Podmienkou teoretického cvičenia je, aby jeho účastníci dostali deň pred konaním diskusie (príp. niekoľko dní predtým) úlohu opísať nejaký závažný príbeh zo svojho života, v ktorom použili metódu presvedčovania. Ťažisko diskusného príspevku nemá spočívať v obsahu, ale v metodike. Uskutočňuje sa to na základe podrobného opísania uplatnených metodík presvedčovania vo vzťahu k situácii a psychickým osobitostiam recipienta. Prednesený príspevok (6—10 minút) je východiskom diskusie. V diskusii sa zvažujú klady aj nedostatky použitých spôsobov a postupov predovšetkým z hľadiska praktických skúseností účastníkov diskusie.

Výhodou uplatňovania takéhoto teoretického cvičenia je, že sa môže organizovať aj vtedy, keď účastníci školenia nemajú takmer nijaké znalosti o problematike. Cvičenie však predpokladá ideovo aj odborne vyspelé vedenie diskusie. Ak sa tento predpoklad nespĺňa, výsledkom diskusie môže byť prakticizmus a pragmatizmus. To znamená, že za správnu sa bude pokladať každá, v danom prípade úspešná metodika ovplyvňovania bez ohľadu na možné vedľajšie negatívne dôsledky, vyplývajúce z jej aplikovania.*

Pri analýze fiktívnej situácie môžu teoretické cvičenia prebiehať tak, že ich účastníci sa rozdelia do štvorčlenných až šesťčlenných skupín. Každá skupina môže diskutovať o tej istej alebo o odlišnej téme. Na záver sa výsledky riešenia hodnotia, porovnávajú a doplňujú.

U nás zatiaľ nemáme rozpracovanú metodiku teoretických cvičení zameraných na analýzu skutočných i fiktívnych persuáznych postupov. Určitú analógiu pre takéto cvičenia nachádzame v knihe sovietskeho autora Šepela (1975). Kniha ob-

---

* Na tieto skutočnosti výstižne upozorňuje Carnegieho (1939) kniha „Ako získať priateľov a pôsobiť na ľudí". Tu zovšeobecnil osvedčené praktické skúsenosti účastníkov diskusných stretnutí. Okrem viacerých psychologicky výstižných pohľadov do praktickej problematiky pôsobenia človeka na človeka sa tu však môžeme stretnúť aj s viacerými pragmatickými, a teda buržoáznej etike zodpovedajúcimi závermi. Napríklad „kritizovať je naivné, pretože kritizovaný sa bráni a spravidla sa usiluje ospravedlniť svoje činy", „kritizovať je nebezpečné, pretože sa zraňuje pýcha kritizovaného, uráža sa jeho sebavedomie a vyvoláva jeho hnev", a preto „pamätajme, že kritika je ako domáci holub, vždy sa vráti domov".

sahuje sústavu typizovaných konfliktových a tzv. predkonfliktových situácií, ktoré vznikajú v riadiacej praxi. Ku každej situácii sú uvedené princípy jej riešenia a navrhnuté riešenie. Čitateľovi sa v úvode odporúča preštudovať podmienky týchto situácií, rozhodnúť sa samostatne o riešení a až potom porovnať svoje riešenie s riešením autora. Význam teoretických cvičení je v tom, že umožňujú, aby si ich účastníci na základe vlastných skúseností uvedomili nežiadúce spôsoby presvedčovania, ktoré sa bežne označujú ako neefektívne alebo pofiderné.

Neefektívnymi spôsobmi presvedčovania rozumieme také postupy persuádera, ktoré sú zo psychologického hľadiska pre recipienta málo príťažlivé a celkove sú málo účinné. Väčšina psychologicky neatraktívnych spôsobov presvedčovania vzniká vtedy, keď persuáder príliš preferuje svoju osobu. Formálnym výrazom takéhoto presvedčovania je nadmerné používanie osobného zámena „ja“, čo sa v sociálnej psychológii označuje ako *egotizmus*. S egotizmom sa často spája tendencia uprednostňovať subjektívnu argumentáciu (napr. „čestné slovo“, „dám ti slovo“, „na môj dušu“, „úprimne povedané“ atď.) pred objektívnou argumentáciou, keď je existencia argumentov nezávislá od osoby presvedčovateľa. Subjektívna argumentácia je vlastne odvolávaním sa na osobné morálne kvality. No tak, ako by záporne pôsobilo odvolávanie sa na vlastné rozumové kvality, rovnako záporne pôsobí aj odvolávanie sa na svoju česť alebo statočnosť.

Záporné reakcie môžu u recipienta vyvolať aj rozličné *submisívne* tendencie presvedčovateľa (napr. pokus pristupovať k riešenej problematike ako laik — „ja neviem, ale . . .“ a pod.). Inokedy v záujme zrozumiteľnosti začína presvedčovateľ namiesto argumentov používať rozličné analógie, epizódy a príbehy. Neprítažlivo pôsobí aj rečník, ktorý začína presvedčovať poznámkou, že si svoju reč iba pred chvíľou pripravil. Psychologicky to znamená, ako keby povedal, že si vlastne necení poslucháčov ani príležitosť, ktorú dostal.

Pofidernými (pochybnými) spôsobmi presvedčovania rozumieme také postupy, ktoré sú často veľmi efektívne, no ich efektívnosť sa zakladá na používaní rozličných psychologických trikov. Ich osobitosťou je, že sa pri nich porušujú pravidlá myslenia v podmienkach umelého vytipovania logických postupov alebo operácií, ktoré sa používajú ako správne iba zdanlivo. Pritom sa veľmi často apeluje na logiku recipienta, napr. „to je logické“, „keď uvažujeme logicky . . .“, „logika faktov hovorí“ a pod. Takéto apely sa často spájajú s pohoršovaním presvedčovateľa: „ako to, že ešte nechápete!“ a pod. Toto je však iba maskou, ktorá umožňuje presvedčovateľovi vyvodzovať nevhodné závery a jednostranné zovšeobecnenia. Ďalším trikom je predstieranie vyvodzovania a odvodzovania myšlienok častým používaním slov „a preto“, „a teda“, „z toho vyplýva“ atď. Pritom medzi vetami nie je skutočná logická súvislosť.

Časté je aj umelé vyhrotenie persuázneho problému do podoby alternatívy „buď — alebo“. Táto tendencia vzniká u niektorých presvedčovateľov zvyčajne vtedy, keď je ich téza pre recipienta málo príťažlivá.

V úsilí zvýšiť jej atraktívnosť, presvedčovatelia stavajú proti nej nejakú inú tézu, o ktorej vedia, že je pre recipienta vonkoncom neprijateľná. Umelo utvorenou alternatívou sú napr. tvrdenia „buď pôjdeš študovať odbor N, alebo vôbec nepôjdeš do školy“, „buď si vezmeš za manžela Petra K., alebo si nikdy nezaložíš rodinu“. V takýchto prípadoch je recipient postavený pred alternatívnu voľbu v zmysle „vylúčenia tretieho“. V skutočnosti je takto postavená alternatíva nesprávna tak z vecného, ako aj z formálneho hľadiska.

Z vecného hľadiska je nesprávna preto, že niekto sa môže vzdelávať aj vtedy, ak nebude študovať práve odbor „N“. Podobne niekto si môže založiť rodinu aj vtedy, keď si nevezme „Petra K“. Z formálnologického hľadiska je takéto uvažovanie zasa nesprávne preto, že „pravidlo vylúčenia tretieho“ možno aplikovať iba vtedy, keď máme do činenia s dvoma myšlienkami, z ktorých jedna popiera to, čo druhá tvrdí. Ak sa však uvádzajú dve rozličné tvrdenia, potom podľa „zákona neprotirečenia“ nemôžu byť obidve pravdivé súčasne, jedno z nich bude určite nepravdivé, no nepravdivé môžu byť aj obidve.

2. PRAKTICKÉ CVIČENIA

Aj keď situačná metóda na rozdiel od prednášky oveľa viac aktivizuje účastníkov školenia, má svoje obmedzenia. Je v podstate iba úvahou a rozhovorom o tom, ako by sa mohlo presvedčovať, no bez vykonania praktického presvedčovania. Okrem toho sa v situačnej metóde fixne zachytáva to, čo sa skutočne alebo fiktívne odohralo. Presvedčovanie je však proces, ktorý sa neustále mení v závislosti od konkrétnej argumentácie zúčastnených osôb. Preto je potrebné okrem teoretických cvičení organizovať aj praktické cvičenia.

Základom praktických cvičení je metóda *persuázneho tréningu,* pri ktorom sa uplatňujú presvedčovacie aktivity v podmienkach školiacich zariadení a skupinového vzdelávania. Pri persuáznom tréningu si môžu zúčastnené osoby preskúšať to, čo vlastne robia každý deň pri ovplyvňovaní druhých ľudí. Skutočné praktické podmienky sa však vyznačujú prísnou logikou záujmov vzájomne pôsobiacich ľudí (niet tu miesta pre riskovanie a experiment). Persuázny tréning zasa odstraňuje prekážky, ktoré znižujú invenciu ľudí pri riešení podobných problémov v praxi. V priebehu tréningu si môžu zúčastnení vzájomne preskúšavať rozličné spôsoby ovplyvňovania bez citového napätia a úzkosti. Cvičné podmienky persuázneho tréningu sú akoby zrkadlom, v ktorom sa presvedčovateľ učí lepšie poznať nielen to, ako pôsobí, ale aj to, aká je účinnosť jeho pôsobenia. Pretože v praktických cvičeniach sa hodnotia postupy a metodiky vo vzťahu k tomu, čo v súvislosti s ich uplatňovaním recipient prežíva, metóda persuázneho tréningu sa osvedčuje ako jedinečná škola, ktorú celkom nemôže nahradiť ani životná prax.

Z procesuálneho hľadiska sa persuázny tréning realizuje v troch na seba nadväzujúcich fázach, pričom každá z nich sa vyznačuje osobitným metodickým prístupom.

REKOGNOSKAČNÁ FÁZA

Rekognoskačná (prieskumová) fáza sa označuje aj ako vstupná fáza. Úlohou vedúceho tréningu je v tejto fáze preskúmať vyčlenenú skupinu z hľadiska jej možnosti absolvovať také praktické cvičenie, v ktorom by boli všetci členovia skupiny čo najviac zaangažovaní. Prieskum obsahuje rekognoskačné operácie — inventarizáciu, konfrontáciu a analogizáciu.

Inventarizácia sa týka hľadania vhodného problému presvedčovania. Pod vhodnosťou sa rozumie formulovanie problému, ktorého vnútornú rozpornosť alebo protirečivosť členovia skupiny skutočne prežívajú. Možnosti nájsť takéto problémy poskytujú vedúcemu tréningu pozorovania života skupiny. Už pri nástupe skupiny na školenie vznikajú medzi jednotlivcami rozličné konfliktové situácie. Aby sa splnila požiadavka angažovaného presvedčovania, treba pri inventarizácii uprednostňovať také problémy, ktoré vychádzajú zo vzájomných sociálnych vzťahov skupiny, teda z ich spolunažívania. K takýmto problémom patria napr. otázky: „sme dobrý kolektív?“, „sme voči sebe tolerantní?“ atď. Vhodná je aj analýza minulej príhody, napr. „konali sme vtedy správne?“, alebo aj príhody očakávanej.

Nie každý problém však prežívajú všetci členovia skupiny rovnako hlboko. Na overenie je už potrebná *konfrontácia,* presnejšie *konfrontačná diskusia.* Je to taká rekognoskácia, v priebehu ktorej sa môže odhaliť nielen to, čo prežíva skupina najintenzívnejšie, ale aj to, čo prežíva najprotikladnejšie.

Konfrontácia zároveň utvára vedúcemu príležitosť, aby v záujme realizovania persuázneho tréningu mohol vykonať dve operácie: 1. sformulovať jednotlivé kontraverzné postoje do príslušnej tézy a antitézy a 2. vyčleniť zo skupiny najvehementnejších zástancov a prívržencov protikladných stanovísk ako potencionálnych účastníkov presvedčovacej diskusie. Domnievať sa, že sformulovaním téz a nájdením ich prívržencov možno inscenovať persuázny tréning by však bolo „nepsychologické“. Prívrženci majú zvyčajne veľa zábran pred verejným obhajovaním svojho stanoviska. Je to preto, že pri presadzovaní a obhajobe svojich presvedčení musí človek často odkrývať intímne stránky svojej osobnosti. Preto je potrebné, aby prívrženci protikladných stanovísk nevystupovali v mene seba, ale v mene niekoho iného. Toto umožňuje *substitúcia rol.* Predpokladom tejto substitúcie je organizovanie ostatnej časti rekognoskačnej fázy, ktorou je *analogizácia.*

Analogizácia v tomto prípade znamená uvádzanie takých príkladov zo skutočného života, ktoré sa nielen stali, ale svojou konfliktovosťou a protirečivosťou sa aj podobajú inventarizovaným problémom. Členovia skupiny spravidla pohotovo uvádzajú príklady, no táto časť diskusie nemá trvať viac ako päť minút. Ak uvádzané príklady celkom dobre nezodpovedajú tézam vytipovaného persuázneho problému, vedúci môže sám navrhnúť nejaký vhodný príbeh.

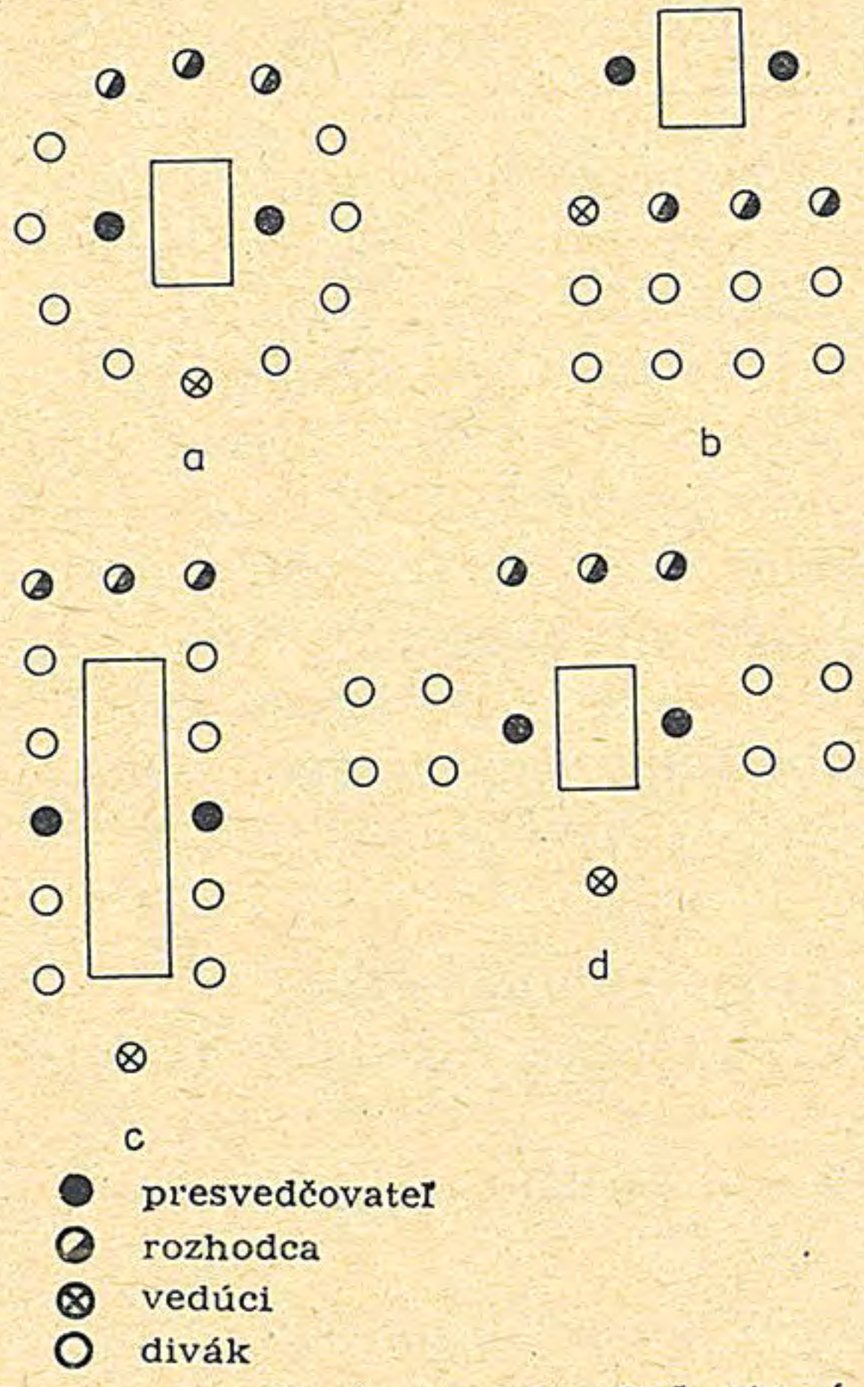
FÁZA SIMULOVANÝCH ČINNOSTÍ

V priebehu tejto fázy sa uskutočňuje vlastná časť persuázneho tréningu. Organizovanie tréningu vychádza zo všeobecne známych psychologických princípov realizovania simulovaných činností (metóda hrania rolí, inscenačné metódy).

Simulované presvedčovanie sa začína tým, že vedúci navrhne členom skupiny, aby si sami precvičili riešenie určitého problému metódou persuázneho tréningu. Z inventára vyberieme taký problém, ktorý skupinu najviac zaujal. Potom určí dvoch účastníkov, ktorí v konfrontačnej časti najvehementnejšie a najprotikladnejšie reagovali na daný problém. Pri prideľovaní úloh vedúci využíva podnety z analogických príbehov, a preto robí uvádzanie do rolí takýmto spôsobom: „predstavte si, že ste MN, ktorý zastáva názor . . .“) téza inventarizovaného problému) „a vy ste zasa XY, a pridržiavate sa opačného názoru“ (antitéza inventarizovaného problému). „Vašou úlohou je pokúsiť sa jeden druhého presvedčiť, že názor, ktorý zastávate, je správny.“ (Účastníci sa v priebehu presvedčovania neoslovujú svojimi menami.)

Druhá časť inštrukcie sa týka ostatných členov skupiny. Vedúci z nich vyberie dvoch až štyroch, ktorí majú posudzovať podľa vopred určených kritérií priebeh presvedčovania. Pretože presvedčovanie je spravidla dlhodobý proces, v persuáznom tréningu sa nehodnotí ani tak obsah presvedčovania alebo jeho výsledok, ako predovšetkým sám proces, teda použité spôsoby, ich účinnosť a problematickosť. Ostatní členovia skupiny tvoria „publikum“. Majú právo takisto vyjadrovať svoje hodnotenie, no ich posudky sa týkajú nielen hráčov, ale aj rozhodcov. Persuázny tréning trvá približne 10 až 15 minút. Vedúci riadi priebeh celého tréningu podľa zásady „čím menej pripomienok, tým lepšie“. Vychádza z poznatku, že aj simulovaná persuázna interakcia je jedinečný proces, čím viac sa do neho zasahuje, tým horšia je improvizácia. Vedúci usmerňuje iba v ojedinelých prípadoch, napr. tlmí nevhodné prejavy členov publika, ukončuje hru, príp. vymieňa hráčov, ak sa jeden z nich prejavil ako silná osobnosť a druhý prešiel iba do pasívnej rezistencie.

Z metodického aspektu možno vykonávať persuázny tréning v rozličných variantoch. Presvedčovanie môže byť jednosmerné (presvedčovateľ — recipient), t. j. také, kde jedna strana chce, aby druhá prijala jej názor, alebo dvojsmerné (presvedčovateľ — presvedčovateľ), to znamená, keď sa obidve strany navzájom usilujú o prijatie svojich názorov. Variant presvedčovania určuje vedúci už pri prideľovaní rolí. Napr. „predstavte si, že cestujete vo vlaku (sedíte v parku, kaviarni, ordinácii lekára) a máte presvedčiť osobu N o . . .“ „počúvajte jej námietky a podľa toho uvádzajte svoje argumenty“ (jednosmerné presvedčovanie) alebo „. . . uvádzajte svoje argumenty a súčasne uvažujte, či nie je správnejšie prijať názor druhej osoby“ (dvojsmerné presvedčovanie). Pri určovaní rolí treba prihliadať, aby zodpovedali nielen vzdelanostnej a kultúrnej úrovni re-



Obr. 15. *Varianty usporiadania účastníkov persuázneho cvičenia — kruhový* (a), *hľadiskový* (b), *lineárny* (c), *dvojstranný* (d)

cipientov, ale aj ich psychickej mentalite.

Persuázny tréning možno vykonávať v dvojiciach (z didaktických dôvodov je najosvedčenejší), ale aj v rozličných „n-ticiach". Takto môžu vznikať opäť rozličné kombinácie, napr. jeden presvedčovateľ versus x-recipientov alebo x-presvedčovateľov versus jeden recipient. Skupinové presvedčovanie môže byť jednosmerné aj dvojsmerné.

Persuázny tréning sa môže skladať z jednej alebo viacerých scénok. Ich počet determinuje veľkosť skupiny. Vo veľkej skupine sa môžu v rámci jedného podujatia hrať celé seriály scénok a to tak, že v každej scénke sa rieši rozličný problém s odlišnými hráčmi *(extenzifikačný tréning)* alebo sa rozličné problémy riešia s tými istými hráčmi *(intenzifikačný tréning)*. Extenzifikačný tréning sa odporúča používať v začiatočnom období, keď sa poslucháči ešte len oboznamujú s celou variabilitou presvedčovacích spôsobov. Intenzifikačný tréning sa zasa uplatňuje v závere školenia. Z didaktických dôvodov sú prípustné aj reprízy simulovaných činností. V súčasnosti však túto úlohu lepšie plní magnetofón alebo videorekordér.

Persuázny tréning sa dá realizovať mnohorakými formami (obr. 15). Dôležité je, aby hráči protikladných strán sedeli tvárou proti sebe a zároveň tak, aby ich mohli vidieť ostatní členovia skupiny. Rozhodcovia môžu sedieť vpredu. Vedúci by mal sedieť tak, aby videl všetkých čo najlepšie a v prípade potreby mohol pohotovo zasiahnuť, napr. komunikovať mimikou (pri zabezpečovaní disciplíny, tolerantnosti publika a pod.). Komunikovať však môže aj stručnou informáciou napísanou na lístku.

HODNOTIACA FÁZA

Hodnotiaca fáza je vlastne výstupnou fázou. Ide o najdôležitejšiu fázu, pretože bez nej by bol výchovný zisk z persuázneho tréningu len čiastočný a mnohokrát hodnotovo aj problematický. Pri posudzovaní výsledku treba rozlišovať *vecnú stránku*, t. j. *obsah* a *spôsob*. Činiteľmi hodnotenia sú všetci účastníci. Ako prví začínajú hodnotiť *členovia publika*, aby sa najprv vypočula tzv. laická kritika neovplyvnená kritériami a zameraním hodnotenia. Ak je publikum početnejšie, priebeh hodnotenia možno skrátiť tak, že

Rámik č. 29 *Persuázny tréning a inventár názorov „publika“*

V súvislosti so skúmaním účinnosti persuáznych tréningov sme zorganizovali celý rad rolových hier. Ich účastníkmi boli ľudia vo veku od 20 do 25 rokov. Rolové hry prebiehali v skupinách (15—25 osôb). Keďže išlo o vysokoškolskú mládež, najbežnejšou témou persuáznych tréningov boli problémy týkajúce sa ich štúdia. Napríklad „pre poslucháča je lepší písomný alebo ústny druh skúšky“, „je lepšie uzavrieť manželstvo v priebehu štúdia, alebo až po jeho ukončení“, „sme dobrá alebo zlá študijná skupina“. Názory publika na vhodné a nevhodné spôsoby presvedčovania, ktoré uplatňovali hráči, sme zachytávali vo forme dotazníkov alebo zápisom poverenej osoby. Získaný inventár názorov 82 respondentov ukázal, že persuázia je neúčinná, keď presvedčovateľ

— tvrdí iba svoje a vychádza iba zo svojho pohľadu (42,17 %),

— jednostranne sa orientuje iba na argumenty určitého druhu (14,46 %),

— sám nemá pevné postoje a presvedčenia vychádzajúce zo životnej skúsenosti (12,05 %),

— nevie sa primerane sústrediť na to, čo hovorí druhý (10,84 %),

— uvádza málo príkladov a zostáva iba pri všeobecných tézach (6,02 %),

— zosmiešňuje alebo inak podceňuje názory druhého (6,02 %),

— dáva najavo, že výsledok presvedčovania ovplyvní jeho vzťah k presvedčovanej osobe (3,61 %),

účastníci odpovedajú na otázky pomocou dotazníka. Jeho položky však musia byť upravené tak, aby sa dali okamžite vyhodnotiť. Tento spôsob volíme aj vtedy, ak nechceme, aby sa rozhodcovia a publikum navzájom ovplyvňovali. Nevýhodou je, že z takéhoto dotazníka sa získavajú iba kvantitatívne údaje (pozri rámik č. 29).

Druhým hodnotiteľom je *presvedčovateľ*. Jeho vystúpenie je retrospektívne, teda informuje, ako pôsobil a ako chcel pôsobiť, čo sa mu darilo, čo mu nevyšlo a pod. V tomto hodnotení by nemali chýbať ani anticipačné závery, v ktorých presvedčovateľ vyjadruje názory o prípadnom budúcom postupe.

Ako tretí pristupujú k hodnoteniu vybraní *pozorovatelia* — kritici. Ich hodnotenie musí byť „zasvätenejšie“, musí vychádzať z intencií rolovej hry a z didaktických zámerov persuázneho tréningu. Aby sa takéto odborné hodnotenie dosiahlo, vedúci ešte pred začatím persuázneho tréningu rozdá pozorovateľom formulár, ktorý obsahuje informácie o hodnotení (čo si treba všímať a podľa akých kritérií treba hodnotiť).

— prejavuje tendenciu k agresívnemu vystupovaniu a nátlaku (2,41 %),

— prejavuje netrpezlivosť (2,41 %).

Persuázia je účinná, keď presvedčovateľ

— uvádza pravdivé, logicky správne a adekvátne argumenty (27,50 %),

— uvádza argumenty pôsobiace na city (21, 25 %),

— vie pohotovo reagovať na pripomienky (17,5 %),

— uvádza konkrétne príklady zo života (10 %),

— vie využívať v záujme sledovaného cieľa aj protiargumenty presvedčovaného (10 %),

— ovláda taktiku presvedčovania (8,75 %),

— pôsobí osobným čarom, vhodnou mimikou i gestikuláciou (2,5 %),

— nenáhli sa, má dosť času (2,50 %).

Význam zisťovania názorov publika nie je v tom, že získaný inventár by mal slúžiť ako jediný alebo záväzný ukazovateľ toho, ako správne presvedčovať. Aj keď nám nemôže byť odraz presvedčovacieho pôsobenia na druhých ľudí ľahostajný, nesmieme zabúdať, že inventár predstavuje v podstate iba sumu laických názorov. Skutočný význam zisťovania názorov je však v tom, že akákoľvek forma inventarizovania názorov poslucháčov aktivizuje ich pozornosť a záujem o ďalšie riešenie problematiky. Čím väčší priestor sa poskytuje poslucháčom, tým sú vnímavejší na rozbory toho, kto vedie persuázny tréning.

Štvrtým hodnotiteľom je *recipient*. Jeho vystúpenie je informáciou o subjektívnych zážitkoch. Vyjadruje sa, ktoré spôsoby mu imponovali, ktoré boli najúčinnejšie, ktoré mali záporný účinok a zvádzali ho k negativizmu, t. j. odmietaniu všetkého, čo mu persuáder navrhoval.*

Po krátkej prestávke, t. j. po odznení všetkých hodnotení vystúpi *vedúci*. Jeho vystúpenie má charakter súvislej informácie a komentáru. Oboznamuje skupinu s cieľom a úlohami persuázneho tréningu a s predpokladanými výsledkami. Upozorňuje na tie hodnotenia členov skupiny, ktoré sa najbližšie dostali k problematike zámeru, no ešte stále nevyslovuje záverečné posúdenie. Celé vystúpenie vedúceho je vhodnou príležitosťou, aby skupinu oboznamoval aj s teoretickými otázkami o podstate a spôsobe uplatňovania metódy presvedčovania.

* K negativizmu zvádza najčastejšie to, keď presvedčovateľ vychádza iba zo svojho stanoviska a neberie na vedomie mienku a názory druhého, keď je príliš dominantný, priveľmi poučuje, používa frázy alebo je príliš chladný, bez citového zanietenia.

Keďže úlohou persuázneho tréningu je naučiť účastníkov cvičenia vychádzať z percepcie toho druhého, vystúpenie vedúceho má utvoriť podmienky na konfrontáciu názorov a poznatkov. Takto by sa mala rozvinúť *celoskupinová diskusia* o platnosti jednotlivých poznatkov účinného ovplyvňovania. V priebehu diskusie sa môže stať, že názory jednotlivých členov skupiny budú odporovať teoretickým poznatkom. Nesmieme však zabúdať, že každá teória prináša zovšeobecnené poznatky a každá presvedčovacia interakcia je individualizovaná až jedinečná.

*

V súvislosti s realizovaním persuázneho tréningu na základe simulovaných činnosti si treba ujasniť aj niektoré teoretické otázky. Aj keď sú rozličné psychohry známe už viac ako päťdesiat rokov, v literatúre (Borák, 1970; Pietrasiński, (1965) sa málo rozlišuje medzi simulovanými činnosťami, ktorých základom je scenár, a činnosťami, ktorých základom je rola.

V simulovaných činnostiach, *ktorých základom je scenár,* žiadame od aktéra deja, aby hral seba, ale nie podľa postupu príznačného pre neho, ale podľa scenára, ktorý dostáva od iných (libreto), príp. ktorý si podľa kritérií iných sám zostavuje. (Príkladom môže byť metóda inscenácie sporu, kde hrá hádajúca osoba naďalej seba, ale podľa iného scenára.) Hranie simulovaných činností má význam všade tam, kde si má aktér deja osvojiť určité techniky práce s ľuďmi. Preto sa zostavujú scenáre s modelovými situáciami rozhodovania pri riešení medziľudských problémov. Scenáre sú najčastejšie zamerané na potreby výchovy vedúcich pracovníkov. Označujú sa ako *inscenačné metódy.*

Na rozdiel od simulovaných činností, ktorých základom je scenár, v simulovaných činnostiach, ktorých základom je *rola,* žiadame od aktéra deja, aby nehral seba, ale niekoho iného, a to podľa vlastného postupu. Tento druh činností nazývame *metódou hrania rolí.* Teda zatiaľ čo pri inscenačnej metóde účastník deja vyjadruje názory iného, ale vo svojej roli, pri metóde hrania rolí vyjadruje účastník deja svoje názory, ale v roli iného. Pritom je zaujímavé, že hoci pri hraní rolí účastník psychohry vyjadruje niekoho iného, hrá v úlohe druhej osoby iba seba samého, pretože pri tvorbe deja vychádza iba zo seba samého, z vlastných myšlienok, názorov, postojov, sklonov a pod. Simulovanie druhej osoby má svoje psychologické odôvodnenie v tom, že predstieraná osoba je clonou, ktorá umožňuje aktérovi deja vyjadrovať svoje závery bez ostychu a zábran.

Rozdiely medzi inscenačnou metódou a metódou hrania rolí nastoľujú otázku, ktorá z nich je vhodnejšia pri uplatňovaní persuázneho tréningu. Keďže pre presvedčovanie je príznačná procesuálnosť, potom aj persuázny tréning sa výhodnejšie realizuje na základe hrania rolí. Pri inscenačných metódach sa totiž viacej upriamujeme na výsledok — skúmame, aké rozhodnutie sa prijalo. Vykonávanie persuázneho tréningu pomocou hrania rolí dovoľuje zamerať sa viac na proces, t. j. skúmame, akými podnetmi, spôsobmi, ale aj metodikami sa na recipienta pôsobilo.

PRÍLOHY

UKÁŽKY NIEKTORÝCH METODÍK NAVODZOVANIA VÝSKUMNÝCH SITUÁCIÍ

Príloha č. 1

METODIKA VÝSKUMU VSS*

Meno a priezvisko ..... Vek .....

Inštruktáž. V tomto výskume budeme vyžadovať odpovede na jednoduché otázky. Predtým si však vypočujte informáciu:

Na policiach jedného farmaceutického skladu stál v abecednom usporiadaní rad jednotlivých fliaš so vzácnou tekutinou. Každá fľaša mala na jednej strane vyznačenú decilitrovú mierku. Podľa nej sa dalo voľným okom odhadnúť množstvo tekutiny. Jedného dňa skladník pri kontrole zistil, že z niektorých fliaš časť tekutiny ubudla. Hneď o tom napísal predbežné hlásenie. V hlásení však množstvo tekutiny v jednotlivých fľašiach nevyjadril číslami, ale iba slovnými spojeniami, napr. fľaša A — úplne plná, fľaša K — presne dopoly, fľaša T — skoro plná atď. Vašou úlohou bude presne uhádnuť, aké množstvo tekutiny jednotlivé slovné spojenia vyjadrovali.

Precvičenie. Výskumník príslušnými slovnými spojeniami vyjadroval množstvo tekutiny v niektorých fľašiach, pričom skúmaní sa usilovali odhadnúť ich množstvo v decilitroch. Na každú odpoveď mali približne 5 sekúnd.

Riešenie. Teraz vám budem plynule diktovať v abecednom poradí množstvo tekutiny v jednotlivých fľašiach. Stačí, keď si zapíšete iba abecedné písmeno fľaše a k nemu číslo vyjadrujúce predpokladané množstvo tekutiny. Tieto údaje píšte za sebou do stĺpca.

Fľaša označená písmenom A — úplne plná, t. j. . . .; B — presne dopoly, t. j. . . .; C — skoro plná, t. j. . . .; D — skoro poloprázdna, t. j. . . .; E — úplne prázdna, t. j. . . .; F — skoro poloplná, t. j. . . .; G — skoro prázdna, t. j. . . .; H — úplne prázdna, t. j. . . .; I — skoro poloplná, t. j. . . .; J — úplne plná, t. j. . . .; K — presne dopoly, t. j. . . .; L — skoro poloprázdna, t. j. . . .; M — skoro plná, t. j. . . .; N — skoro prázdna, t. j. . . . ; O — presne dopoly, t. j. . . .; P — úplne plná, t. j. . . .; R — skoro prázdna, t. j. . . .; S — úplne prázdna, t. j. . . .; T — skoro plná, t. j. . . .; U — skoro poloplná, t. j. . . .; V — skoro poloprázdna, t. j. . . . .

---

* významu slovných spojení

Príloha č. 2

METODIKA VÝSKUMU PFT*

Variant B

Vek: ..... Pohlavie: .....

Inštruktáž. Tento test opisuje rozličné udalosti, ktoré sa často odohrávajú v živote ľudí. Ku každej udalosti sú pripojené tri odpovede. Vašou úlohou je podčiarknuť tú odpoveď, o ktorej si myslíte, že ju v diskusii s priateľmi najskôr obhájite ako pravdivú.

Riešenie.

1. Vodič, ktorý bol v podnapitom stave, zrazil bicyklistu.

Na vine bol vodič.
Vodič musel byť na vine.
Vodič mohol byť na vine.

2. Po niekoľkých rokoch sa zrútila významná stavba, ku stabilite ktorej mali výhrady niektorí odborníci už pri obhajobe jej projektu.

Na vine musel byť projektant.
Na vine bol projektant.
Na vine mohol byť projektant.

3. Matka videla z obloka skupinu bijúcich sa chlapcov, medzi ktorými bol aj jej syn — známy bitkár.

Bitku začal jej syn.
Jej syn mohol začať bitku.
Bitku musel začať jej syn.

4. Osobu N, ktorá sa podrobila protialkoholickej liečbe, bolo možné napriek zákazu vidieť viackrát v prostredí, kde sa pilo.

Osoba naďalej holdovala alkoholu.
Osoba musela naďalej holdovať alkoholu.
Osoba mohla naďalej holdovať alkoholu.

---

* predpojatého formulovania téz

5. Opravár zistil na aute poruchu, o ktorej bol presvedčený, že by sa pri správnom zaobchádzaní s vozidlom nevyskytla.

Na vine bol vodič auta.
Vodič auta mohol byť na vine.
Na vine musel byť vodič auta.

6. Nad územím suverénneho štátu preletelo vo večerných hodinách cudzie lietadlo, ktoré obsluha jednej radarovej stanice nezachytila.

Na vine bola obsluha.
Obsluha mohla byť na vine.
Obsluha musela byť na vine.

7. U tridsaťročného Petra M, ktorý už dlhší čas nikde nepracuje, našla kriminálna polícia predmet, ktorý bol odcudzený pri vlámaní do jednej chaty.

Predmet musel ukradnúť Peter M.
Peter M. mohol ukradnúť predmet.
Predmet ukradol Peter M.

8. Lekár (vynikajúci špecialista) zistil u pacienta nevyliečiteľnú smrteľnú chorobu.

Pacient zomrie na túto chorobu.
Na túto chorobu musí pacient zomrieť.
Pacient môže na túto chorobu zomrieť.

Príloha č. 3

METODIKA VÝSKUMU TOA*

Vek: ..... Pohlavie: .....

Prvá časť

Inštruktáž. Nadiktujem vám tri rozličné formulácie. Vo všetkých sa však zdôrazňuje iba jediná myšlienka — *fajčenie prináša mnohé trampoty.* Zvoľte si tú formuláciu, ktorá vyjadruje uvedenú myšlienku najúčinnejšie.

1. Závislosť od drogy prináša človeku mnohé trampoty. Závislí sú vlastne všetci ľudia, ktorí musia pravidelne používať nejakú drogu. Keďže pri

---

* typologických osobitostí argumentov

fajčení sa pravidelne užíva droga zvaná nikotín, závislí sú aj fajčiari. Z toho však potom logicky vyplýva, že aj fajčenie prináša človeku mnohé trampoty.

2. V psychologickom prieskume, v ktorom odpovedali skúmaní na otázku, ktoré nežiadúce návyky im priniesli nejaké trampoty, prevažne väčšina opýtaných — fajčiarov odpovedala, že je to aj návyk fajčenia, ktorý osobne prežívajú ako zdroj mnohých trampôt.

3. Ak pravidelne a veľa fajčíte, nemáte strach, keď sa dozvedáte alarmujúce správy o súvislostiach medzi výskytom rozličných ochorení a fajčení? Neľakáte sa vždy, keď pocítite nejaké ťažkosti v oblasti dýchacích ciest? Nedesíte sa, keď čakáte na výsledky rtg vyšetrenia pľúc? Posúďte, neprináša fajčenie človeku mnohé trampoty?

Ešte raz si pozorne prečítajte všetky tri formulácie a zakrúžkujte poradové číslo tej, ktorá myšlienku — *fajčenie prináša človeku mnohé trampoty* vyjadruje z hľadiska protifajčiarskej argumentácie najúčinnejšie.

Vašou druhou úlohou je prečiarknuť z ostávajúcich dvoch formulácií tú, ktorá uvedenú myšlienku vyjadruje najmenej účinne.

Druhá časť

Inštruktáž. Opäť vám nadiktujem tri rozličné formulácie. Aj v nich sa zdôrazňuje iba jedna myšlienka — *deti sa učia fajčiť od rodičov*. Zvoľte si tú formuláciu, ktorá vyjadruje uvedenú myšlienku najúčinnejšie.

4. V jednom sociologickom prieskume sa hovorí, že u 89 % mladistvých fajčiarov fajčil jeden alebo dokonca obidvaja rodičia. U ostávajúcich 11 % nefajčil, ani jeden z rodičov, no mladiství fajčiari ich nepokladali za vzory, pretože ich neuznávali. Nadchýnali sa inými vzormi — fajčiarmi.

5. Deti majú tendenciu napodobňovať správanie dospelých tým viac, čím viac ich uznávajú. Keďže dospelí sú pre deti modelom vo všetkom, môžu pôsobiť na deti nielen dobrým, ale aj zlým príkladom. Z toho však potom logicky vyplýva, že rodičia pôsobia na deti aj svojím fajčením (ako príklad), a to o to viac, o čo viac ich deti uznávajú.

6. Iste napomínate svoju dcéru alebo syna, aby nefajčili. No slová iba hýbu — príklady priťahujú. I vaše dieťa vás skôr napodobňuje, ako počúva, a to o to viac, o čo viac vás uznáva. Ako sa však potom zmierite s tým, že za fajčiarsky zlozvyk môže vaše dieťa raz „ďakovať“ predovšetkým vám, pretože ste naň dennodenne pôsobili svojím osobným príkladom.

Ešte raz si pozorne prečítajte všetky tri formulácie a zakrúžkujte poradové číslo tej, ktorá myšlienku — *deti sa učia fajčiť od svojich rodičov* vyjadruje z hľadiska protifajčiarskej argumentácie najúčinnejšie.

Vašou ďalšou úlohou je prečiarknuť z ostávajúcich dvoch formulácií to číslo, ktoré uvedenú myšlienku vyjadruje najmenej účinne.

Tretia časť

Inštruktáž. Napokon vám nadiktujem tri posledné formulácie, v ktorých sa opäť rozličným spôsobom zdôrazňuje iba jedna myšlienka — *kto chce, odnaučí sa fajčiť.* Zvoľte si tú formuláciu, ktorá vám túto myšlienku vyjadruje najúčinnejšie.

7. Od každého zlozvyku sa človek môže odnaučiť. Odnaučenie zlozvykov si však vyžaduje, aby človek chcel. Keďže je známe, že aj fajčenie je zlozvykom, potom z toho logicky vyplýva, že ak človek chce, môže sa fajčenie odnaučiť.

8. Viete, že svojím fajčiarskym zlozvykom sa mnohým ľuďom javíte ako človek so slabou vôľou? Je vám ľahostajná takáto mienka aj tých ľudí, na ktorých vám záleží? Vyvráťte túto mienku! Prestaňte fajčiť! Mnohí vám podobní to už dokázali.

9. V úradnej správe jednej protifajčiarskej poradne sa píše: „Kým z 12 účastníkov, ktorí do poradne prišli z vlastnej vôle, sa odnaučili fajčiť všetci, z ďalších 12, ktorí do poradne prišli na naliehanie druhých ľudí (napr. ich rodinných príslušníkov) sa neodnaučili fajčiť ani jeden.

Znova si pozorne prečítajte všetky tri formulácie a zakrúžkujte poradové číslo tej, ktorá myšlienku — *kto chce, odnaučí sa fajčiť* vyjadruje z hľadiska protifajčiarskej argumentácie najúčinnejšie.

Vašou ďalšou úlohou je prečiarknuť zo zvyšujúcich dvoch poradových čísel to, ktoré uvedenú myšlienku vyjadruje najmenej účinne.

Poznámka: Formulácia s argumentáciou prevažne logickou (1, 5, 7); faktografickou (2, 4, 9); emocionálnou (3, 6, 8). V súvislosti s výskumom validity metodiky sa na záver od skúmaných osôb žiadalo, aby sa pokúsili zaradiť všetkých deväť formulácií do troch kupín tak, aby v každej skupine boli len tie tri, ktoré svojou formou k sebe patria. Pri riešení tejto úlohy sa ani jeden probant nezmýlil.

Príloha č. 4

METODIKA VÝSKUMU OA*

Variant B

Vek: ..... Pohlavie: .....

Inštruktáž. Postupne vás oboznámim s niekoľkými výrokmi. Vašou úlohou bude ohodnotiť možnú pravdivosť každého výroku písmenom S —

---

* ovplyvniteľnosti argumentáciou

súhlasím alebo písmenom N — nesúhlasím. Pozor, odpoveď sa nesmie prepisovať.

Vypočujte si prvý výrok: To, či bude niekto tvorivo vykonávať svoju odbornú prácu v praxi, sa dá predvídať už v priebehu jeho vysokoškolského štúdia.

Odpoveď: .....

Záporná argumentácia: Teraz si napíšte tri protikladné argumenty proti tomuto výroku.

a) Školská príprava na určitú profesiu a tvorivé vykonávanie profesie sa natoľko od seba líšia, že podľa výsledkov v prvej činnosti nemožno predvídať, aké výsledky dosiahne človek pri vykonávaní druhej činnosti. Život o tom podáva početné dôkazy.

b) Psychologické výskumy ukazujú, že vynikajúci prospech zo štúdia odboru a spôsob, ako tento odbor absolvent v živote zvládne, nejdú vždy ruka v ruke.

c) Tvorivosť, ako ukazujú životopisy vynikajúcich osobností, nastupuje niekedy až v neskorších rokoch života, napr. po tridsiatke, štyridsiatke, ale i po päťdesiatke.

Vypočujte si druhý výrok: Na základe uvedených argumentov možno usudzovať, že to, či bude niekto tvorivo vykonávať svoju odbornú prácu v praxi, sa nedá predvídať z priebehu jeho vysokoškolského štúdia.

Odpoveď: .....

Kladná argumentácia: Teraz si napíšte tri nové argumenty.

a) Školská príprava na určitú profesiu a vykonávanie samej profesie nie sú také odlišné činnosti, aby sa podľa prvej nemohlo predvídať, ako sa človek bude správať v druhej. Dokazuje to okrem iného aj skutočnosť, že každý zamestnávateľ sa zaujíma o osobnú charakteristiku uchádzača z obdobia jeho vysokoškolského štúdia.

b) Hoci podľa dosiahnutého prospechu sa nedá posudzovať tvorivosť absolventa vysokej školy, predsa psychologické výskumy ukazujú, že už štýl štúdia, t. j. spôsob, akým si študent plní svoje školské povinnosti, je dostatočným indikátorom toho, ako tvorivo si bude počínať aj v praxi.

c) Životopisy vynikajúcich osobností upozorňujú, že rozličné náznaky tvorivosti sa dali u týchto ľudí identifikovať nielen v mladosti, ale aj v detstve. Napokon to, že tvorivosť sa dá zisťovať už v detstve, dokazuje existencia psychologických testov kreativity (tvorivosti) pre tento vek.

Vypočujte si tretí výrok: Na základe uvedených protiargumentov možno

usudzovať, že to, či bude niekto tvorivo vykonávať svoju odbornú prácu v praxi, sa dá predvídať už z priebehu jeho vysokoškolského štúdia.*

Odpoveď: .....

Príloha č. 5

METODIKA VÝSKUMU OOZ**

K o n t r o l n ý s ú b o r

Vek: ..... Pohlavie: .....

Inštruktáž. Prečítam vám niekoľko výrokov. Vašou úlohou bude ohodnotiť pravdivosť každého výroku osobitne, a to podľa skratiek na nasledujúcej stupnici:

— úplne pravdivé (ÚP),
— skôr pravdivé ako nepravdivé (SP),
— rovnako môže byť pravdivé i nepravdivé (PN),
— skôr nepravdivé (SN),
— úplne nepravdivé (ÚN).

(Stupnica sa napíše na tabuľu alebo inak zobrazí a exponuje sa probantom v priebehu celého výskumu.)

Ku každému výroku pripíšte v skratke jedno z uvedených hodnotení.

Výroky

1. že po roku 2000 budú v priemyselne vyspelých krajinách prevažovať jednodetné rodiny,
2. že o 20 rokov bude operácia žlčníka tak málo riziková ako operácia slepého čreva,
3. že energiu z vesmíru, ktorá by nahradila pozemské zdroje, budeme technicky pripravení získať až v najbližšom storočí,
4. že roku 2000 bude priemerný vek človeka 82 rokov,
5. že o 15 rokov sa dá skleróza mozgu medikamentózne liečiť tak úspešne ako málokrvnosť,
6. že pôsobením zdravotníckej osvety sa roku 2000 počet fajčiarov zníži o dve tretiny,
7. že priemyselné znečisťovanie vody je hlavnou príčinou všetkých civilizačných chorôb,
8. že hlavnou príčinou prevažnej väčšiny nervových ochorení je hluk,

---

* Na rozdiel od argumentov si skúmané osoby nezapisovali výroky, ale každý výrok im experimentátor opakoval dva až tri razy.

** ovplyvniteľnosti obsahu zdrojom

9. že predpoklad o existencii mimozemských civilizácií nemožno zamietnuť,

10. že za necelé polstoročie sa v ČSSR vyčerpajú všetky zásoby uhlia,

11. že z našich prírodných zdrojov čerpáme len asi 2 % ropy a všetku ostatnú ropu dovážame,

12. že už dnes jestvujú špeciálne injekcie, ktoré umožnia podržať si osvojené učivo lepšie ako metóda opakovania,

13. že okolo roku 2000 bude už každá srdcová choroba liečiteľná,

14. že prípadnú tretiu svetovú vojnu by mohli prežiť iba niektoré druhy hmyzu,

15. že už teraz sú predpoklady transplantovať človeku niektoré časti mozgu,

16. že už dnes možno zostrojiť filmovú kameru veľkosti zápalkovej škatuľky,

17. že prvou príčinou úmrtnosti v priemyselne vyspelých krajinách budú dopravné nehody na cestách,

18. že obdobie 1990—2000 bude desaťročím tropických liet a arktických zím,

19. že každodenným behom na vzdialenosť 4 km sa ľudský život dá predĺžiť až o 10 rokov,

20. že cesnaková kúra môže úplne nahradiť liečenie antibiotikami,

21. že dve hodiny spánku pred polnocou majú dvakrát zotavujúcejší účinok na nervovú sústavu ako dve hodiny spánku po polnoci,

22. že po roku 2000 sa budú žiaci učiť v škole esperanto tak, ako sa dnes učia svetové jazyky,

23. že moderný človek už teraz získava 80 % vitamínov v tabletách,

24. že najefektívnejšou zo všetkých doterajších metód učenia je hypnopédia, t. j. metóda učenia sa v spánku.

Experimentálny súbor

Vek: ..... Pohlavie: .....

Inštruktáž. Istý redaktor skúmal odpovede ľudí na rozličné aktuálne otázky. Odpovede získal z rozličných zdrojov. Napríklad

— od skupiny popredných vedcov,
— od jedného popredného vedca,
— od menšej časti, náhodne opýtaných,
— od úplne neznámeho človeka.

Vašou úlohou bude vzhľadom na to, od koho odpoveď pochádza a čo sa v odpovedi tvrdí, posúdiť jej pravdivosť, a to podľa nasledujúcej stupnice. (Skúmané osoby hodnotili odpovede podľa tej istej stupnice a podľa tých istých podmienok ako výroky v predchádzajúcom prípade.)

Odpovede:

— Iba menšia časť náhodne opýtaných redaktorovi vyhlásila, že po roku 2000 budú v priemyselne vyspelých krajinách prevažovať jednodetné rodiny.

— Iba jeden z opýtaných redaktorovi vyhlásil, že o 20 rokov bude operácia žlčníka tak málo riziková ako operácia slepého čreva.

— Skupina popredných vedcov redaktorovi vyhlásila, že . . . atď.

Príloha č. 6

METODIKA VÝSKUMU AUA*

Druhá fáza výskumu

Vek: ..... Pohlavie: .....

Inštruktáž. V obálke, ktorú ste dostali nájdete tri listy. Na každom liste je inzerát pod názvom „Poďte pracovať do závodu N", ktorý obsahuje 11 argumentov. Počet aj obsah argumentov sú na všetkých troch lístkoch presne rovnaké. Lístky sa od seba líšia iba rozličným usporiadaním (poradím) argumentov. Vašou úlohou je určiť, ktoré poradie je pre získanie pracovníkov najlákavejšie a ktoré je lákavé najmenej.

Úlohu riešte tak, že na list, ktorého poradie argumentov je pre vás najpríťažlivejšie, napíšete číslo 1 a na list, ktorého poradie argumentov je pre vás najmenej príťažlivé, napíšte číslo 3. Súčasne zdôvodníte svoju kladnú a zápornú voľbu na opačnú stranu listu ohodnoteného inzerátu.

Inzeráty

POĎTE PRACOVAŤ DO ZÁVODU N**

— Možnosť dovolenky v rekreačných zariadeniach podniku.
— Odlučné pri dochádzke zo vzdialenosti nad 100 km.
— Poskytnutie pôžičky pri výstavbe rodinného domu.
— Vysoké prémie pri plnení plánu.
— Bezrizikovosť z hľadiska hygieny a bezpečnosti práce.
— Možnosť získať vyššiu kvalifikáciu,
— Odmeňovanie podľa množstva a kvality práce.
— Možnosť umiestniť deti v podnikových jasliach a škôlke.
— Rýchly platový postup.
— Zdravotne neškodné prostredie.
— Príležitosť získať byt z podnikovej výstavby.

---

* amplifikačného umiestňovania argumentov
** klimaxové usporiadanie argumentov

POĎTE PRACOVAŤ DO ZÁVODU N*

— Odlučné pri dochádzke zo vzdialenosti nad 100 km.
— Vysoké prémie pri plnení plánu.
— Možnosť získať vyššiu kvalifikáciu.
— Odmeňovanie podľa množstva a kvality práce.
— Zdravotne neškodné prostredie.
— Príležitosť získať byt z podnikovej výstavby.
— Rýchly platový postup.
— Možnosť umiestniť deti v podnikových jasliach a škôlke.
— Bezrizikovosť z hľadiska hygieny a bezpečnosti práce.
— Poskytnutie pôžičky pri výstavbe rodinného domu.
— Možnosť dovolenky v rekreačných zariadeniach podniku.

POĎTE PRACOVAŤ DO ZÁVODU N**

— Príležitosť získať byt z podnikovej výstavby.
— Zdravotne neškodné prostredie.
— Rýchly platový postup.
— Odmeňovanie podľa množstva a kvality práce.
— Možnosť umiestniť deti v podnikových jasliach a škôlke.
— Možnosť získať vyššiu kvalifikáciu.
— Bezrizikovosť z hľadiska hygieny a bezpečnosti práce.
— Vysoké prémie pri plnení plánu.
— Poskytnutie pôžičky pri výstavbe rodinného domu.
— Odlučné pri dochádzke zo vzdialenosti nad 100 km.
— Možnosť dovolenky v rekreačných zariadeniach podniku.

Príloha č. 7

METODIKA VÝSKUMU PGF***

Prvá časť

Vek: ..... Pohlavie: .....

Inštruktáž. V tomto výskume vám budem postupne čítať páry protikladných slov. Vašou úlohou bude, aby ste napísali bez ohľadu na to, v akej súvislosti (žiadúcej alebo nežiadúcej) by sa to-ktoré slovo dalo použiť to,

---

* mezoklimaxové usporiadanie argumentov
** antiklimaxové usporiadanie argumentov
*** prífažlivosf gramatickej formy

ktoré samé osebe je pre vás sympatickejšie, príťažlivejšie, teda, to, ktoré sa vám viacej páči. Ak sa neviete rozhodnúť, napíšte slovo „neviem". (Nasledovalo precvičenie niektorých príkladov.) Probanti si do svojich záznamov písali iba poradové číslo prečítaného páru a k nemu len to slovo, ktoré akceptovali, prípadne napísali odpoveď „neviem".)

Páry slov:

P. č.	Obsah slov	Gramatická forma	Odpoveď
1.	leto, zima	IV	
2.	láska, nenávisť	IV	
3.	nesmieš, smieš	I	
4.	hluk, ticho	IV	
5.	nesúhlasí sa, súhlasí sa	II	
6.	nepodnecovať, podnecovať	III	
7.	kupovať, predávať	IV	
8.	otvárať, zatvárať	III	
9.	nechoď, choď	I	
10.	veľa, málo	IV	
11.	nie, áno	IV	
12.	staroba, mladosť	IV	
13.	pokračuje sa, nepokračuje sa	II	
14.	smrť, život	IV	
15.	zakazuje sa, povoľuje sa	II	
16.	voda, oheň	IV	
17.	urob, neurob	I	
18.	neschvaľuje sa, schvaľuje sa	II	
19.	čierne, biele	IV	
20.	nevykonaj, vykonaj	I	
21.	prijíma sa, neprijíma sa	II	
22.	obor, trpaslík	IV	
23	neprídi, prídi	I	
24.	priťahovať, uvoľňovať	III	
25.	dať, nedať	III	
26.	vziať, nevziať	III	

Druhá časť

Inštruktáž. Teraz si vo vašom zázname zakrúžkujte tie poradové čísla, ktoré vám nadiktujem. (Experimentátor diktoval nasledujúce čísla: 3, 5, 6, 8, 9, 13, 15, 17, 18, 20, 21, 23, 24, 25, 26.) Zo slov, ktoré ste si zakrúžkovali podčiarknite tie (jedno až tri), ktoré sú pre vás osobitne príťažlivé.

DOSLOV

Prvýkrát sme sa s problematikou presvedčovania „riešiteľsky“ stretli pri spracovaní rovnomennej kapitoly v knihe Mladí v spoločnosti (Smena 1966). Už vtedy sme si uvedomili, ako málo sa u nás táto významná metóda medziľudského ovplyvňovania psychologicky skúma a spracováva. Odvtedy nás však práve svojou nerozpracovanosťou, náročnosťou i množstvom otvorených a nedoriešených otázok neustále priťahovala. Ukázalo sa, že objasnenie psychických mechanizmov sa viaže na pestrú mozaiku psychologických pojmov i pojmov iných vedných disciplín, ktoré s presvedčovaním priamo alebo nepriamo súvisia. Teraz, keď sme predložili výsledky svojej dlhodobej práce, uvedomujeme si, že akékoľvek rozsiahle spracovanie tejto problematiky nebude nikdy (tak ako pri všetkých psychických javoch) komplexné. Práve preto, že v explikácii presvedčovania i presvedčenia sa treba opierať o veľmi zložitú paletu psychologických, ale nielen psychologických pojmov, možno očakávať, že tak ako budeme postupne zaznamenávať ďalšie pokroky v psychologických a príbuzných vedných disciplínach, budeme stále hlbšie prenikať aj do procesu presvedčovania, s ktorým je každý z nás každodenne a mnohorako spätý.

Medziľudské ovplyvňovanie sa však neuskutočňuje len presvedčovaním, ale aj inými metódami. Ich psychologické rozpracovanie takisto zaostáva za naliehavými potrebami našej výchovy, poradenstva, zdravotníctva i iných oblastí praxe. Ešte stále vieme málo o efektívnom uplatňovaní takých významných metód ovplyvňovania človeka človekom, ako je napr. klarifikácia, exemplifikácia alebo exercitácia. V záujme ďalšieho riešenia celej tejto zložitej problematiky s vďakou prijmeme od čitateľa akékoľvek podnety a pripomienky. Uvítame aj námety k spolupráci pri realizovaní ďalších empirických výskumov a navrhujeme spoluprácu každému, kto v tematike ovplyvňovania človeka človekom vidí nielen podnetné teoretické problémy psychologických vied, ale aj možnosť a príležitosť zúčastňovať sa na riešení aktuálnych úloh našej socialistickej spoločenskej praxe.

LITERATÚRA

Akmambetov, G. G.: Problémy mravného rozvoja osobnosti. Bratislava SNP 1973

Alexandrov, G. F. a kol.: Dějiny filosofie. Praha, Svoboda 1950

Andersen, K. E.: Persuasion Theory and Practice. Boston, Allyn and Bacon 1971

Andrejev, A. A.: O V. I. Lenine. Moskva, Gospolitizdat 1965

Archangeľskij, B. M.: Individuaľnoje soznanije i moraľnyje cennosti. Voprosy filosofii, č. 7, 1969

Aristoteles: Poetika — Retorika — Politika. Bratislava, Tatran 1980

Artemov, V. L.: Objektívny charakter stereotypov a ich využívanie v imperialistickej propagande. In: Problémy sociálnej psychológie a propaganda. Bratislava, Pravda, 1972

Aseev, N. G.: Motivacija povedenija i formirovanie ličnosti. Moskva, Izd. Mysľ 1976

Badmajev, B. C.: Prvky psychológie a pedagogiky v straníckej propagande. Bratislava, Pravda 1975

Bahník, V. a kol.: Sborník antické kultury, Praha, Nakl. Svoboda 1974

Bach, G. R., Goldberg, H.: Creative Aggresion, New York, Doubleday, 1974

Bachrach, J. J.: The Ethics of Tachistoscopy. Bull. Atom. Sci., 1959, vol. 15

Bakoš, Ľ. a kol.: Teória výchovy. Bratislava, SPN 1977

Belinskij, V. G.: Polnoje sobranije sočinenij. Moskva 1955

Berlo, D. K., Lemert, J. B., Mertz, R. J.: Dimensions for Evaluating the Acceptability of Message Sources. Michigan State University 1966

Bober, J.: Stroj, človek, spoločnosť (kybernetika). Bratislava, Obzor, 1967

Bobneva, M. I., Šorochova, E. V.: Psichologičeskije mechanizmy reguljacii sociaľnogo povedenija. Moskva, Izd. Nauka 1979

Bodalev, A. A.: Vnímanie človeka človekom. Bratislava, PaDT, n. p., 1976

Borák, M.: Moderné metódy výchovy vedúcich. Bratislava, Obzor 1970

Boroš, J.: Prehľad psychológie pre osvetových pracovníkov. Bratislava, Osvetový ústav 1974

Boroš, J.: Rozumieme dospievajúcim? Bratislava, Smena 1977

Boroš, J. a kol.: Výchovné poradenstvo. Bratislava, SNP 1978

Božovič, L. I. a kol.: Opyt experimentalnogo izučenija proizvoľnogo povedenija. Voprosy psichologii, č. 4, 1976

Brembeck, W. L., Howell, S. V.: Persuasion: a Means of Social Influence. New Jersey, Prentice-Hall. Inc., Englewood Cliff 1976
Bříchráček, V.: Use of Subjektive Probability in Decision Making. Acta Psychologica, č. 34, 1970
Bříchráček, B., Malatinová, M.: Zkušenosti s dotazníkem rizikového rozhodování Kogana a Wallacha. Československá psychologie, č. 6, XV. 1966
Brožík, V.: Marxistická teória hodnotenia. Bratislava, Pravda 1976
Burlačuk, L. F.: Issledovanie ličnosti v kliničeskoj psichologii. Kijev 1979
Carnegie, D.: Jak získávati přátele a působiti na lidi. Praha, Orbis 1939
Claus, G. a kol.: Wöterbuch der Psychologie. Leipzig 1976
Correll, W.: Einführung in die pedagogische Psychologie. Donauwärth 1966
Čáp, J.: Psychologie pro učitele. Praha, SPN 1980
Čáp, J., Dytrych, Z.: Utváření osobnosti v náročných životních situacích. Praha, SPN 1968
Čedík, L. a kol.: Psychiatrie a psychologie. Praha, SZM 1953
Černocký, K.: Psychologický slovník. Hranice, Snaha 1947
Čchartišvili, Š. M.: Problema voli v psichologii. Voprosy psichologii, č. 4, 1967
Deutsch, M.: Studies of Conflict Resolution, In: Janoušek, J.: Experimental Social Psychology, Praque, 1969
De Wolfe, A. S., Governal, C. N.: Fear and Attitude Change. Journal of Abnormal and Social Psychology, č. 69, 1964
Ďjačenko, M. N., Kandybovič, L. A.: Psichologičeskije problemy gotovnosti k dejateľnosti. Minsk 1976
Dodonov, B. I.: Emocija kak cennosť. Moskva. Izd. polit. lit. 1978
Dodonov, B. I.: Klasifikacija emocii pri issledovanii emocionaľnoj napravlennosti ličnosti. Voprosy psichologii, č. 6, 1975
Duchovnyj, I. N.: Očerki po pedagogike. Moskva 1951
Ďurič, L.: Úvod do pedagogickej psychológie. Bratislava, SNP 1974
Eršov, A.: Iz opyta experimentaľnogo izučenija rečovogo vozdejstvija. In: Problemy psichologičeskogo vozdejstvija. Ivanovo, 1978
Festinger, L., Carlsmith, J. M.: Cognitive Consequences of Forced Compliance. Journal of Abnormal a Social Psychology, č. 58, 1959
Festinger, L.: Behavioral Support for Opinion Change. Public Opinion Quarterly, č. 28, 1964
Filkorn, V.: Úvod do metodológie vied. Bratislava, Vyd. SAV 1960
Garczyński, S.: Ako vychádzať s ľuďmi. Bratislava, Obzor 1968
Geron, R. O.: O nekotorych mechanizmach volevogo usilija. Voprosy psichologii, č. 3, 1970
Gerstmann, S.: City v našom živote. Bratislava, Obzor 1966
Glinskij, B. A.: Modelirovanie kak metod naučnogo issledovanija. Moskva 1965
Goldberg, P.: Are Women Prejudiced Against Women? Transaction č. 6, 1968
Goodenough, F. L.: The Use of Free Association in the Objective Measurement of personality. New York, In Studies personality 1942
Gottschaldt, K.: Methodologische Perspektiven in der Ausdrucksforschung. Amsterdam, 1961
Grác, J.: Mladí v spoločnosti. Bratislava, Smena 1966
Grác, J.: Rozumieme deťom a mládeži. Bratislava, SPN 1972
Grác, J.: Škola a psychológia spokojnosti mládeže. Bratislava, SPN 1973
Grác, J.: Pohľady do psychológie hodnotovej orientácie mládeže. Bratislava, SPN 1979
Grác, J.: Teoretičeskije i metodologičeskije problemy vospitateľnogo vozdejstvija. In: Problemy psichologičeskogo vozdejstvija. Ivanovo 1979
Grác, J.: Úvod do psychológie výchovných procesov. Bratislava, FF UK 1982

Haiman, S. F.: Democratic Ethic and the Hidden Persuaders. Quarterty Journal of Speech, č. 44, 1958
Hájek, P., Kratochvíl, S.: Sociální ovlivnitelnost a hypnobilita. Československá psychologie, č. 4, 1974
Hargašová, M.: Interview v poradenskej praxi. In: Košč o, J. a kol.: Teória a prax poradenskej psychológie. Bratislava, SPN 1980
Haring, V.: Spôsob účinku persuázie pri postojovej zmene. Československá psychiatrie, č. 1, 1980
Helus, Z.: Psychologické problémy socializace osobnosti. Praha, SPN 1973
Heveroch, A.: O osobnom presvedčení a jeho poruchách. (In: Cyklus přednášek o lidské duši.) Praha 1921
Hiebsch, H., Vorwerg, M.: Úvod do marxistickej sociálnej psychológie, Bratislava, Obzor 1975
Homola, M.: Motivace lidského chování. Praha, SPN 1972
Hovland, C. I. a kol.: Experiments on Mass Communication. Univ. Press, Princeton 1949
Hovland, C. I., Janis, I. L., Kelley, H. H.: Communication and Persuasion. New Haven: Yale University Press 1953
Hovland, C. I., Pritzker, H. A.: Extent of Opinion Change as a Function of Amount of Change Advocated. Journal of Abnormal and Social Psychology, č. 54, 1957
Hovland, I. C., Weiss, W.: The Influence of Source Credibility on Communication Effectiveness. Public Opinion Quarterly, č. 16, 1951
Hudeček, J.: K současnému pojetí hodnot a hodnotových orientací. Správy psychologické laboratoře ČSAV Brno, č. 2—4, 1978
Hyhlík, F., Nakonečný, M.: Malá encyklopedie současné psychologie. Praha, SPN 1973
Hyman, H. H., Sheatsley, P. B.: The Authoritarian Personality a Methodological Critique. In: Studies in the scope and method of the authoritarian personality" Glenoe, III. Free Press 1954
Charlamov, I. F.: Teória mravnej výchovy. Bratislava, SPN 1975
Jakobson, I. F.: Psichologičeskije problemy motivacii povedenija čeloveka. Moskva 1969
Janis, I. L. a kol.: Personality and Persuability. New Haven Conn. Yale Univer. Press 1959
Janis, I. L., Feshbach, S.: Effects of Fear — Arousing Communications. Journal of Abnormal and Social Psychology, č. 48, 1953
Janoušek, J.: Sociální komunikace. Praha, Svoboda 1968
Jaroševskij, M. G.: Istorija psichologii. Moskva, Izd. Mysľ 1976
Jedináková, M.: Citové procesy. In: Psychológia pre učiteľov. Bratislava, SPN 1973
Jermolenko, J. V.: Propaganda a sémantika. In: Problémy sociálnej psychológie a propaganda. Bratislava, Pravda 1972
Jones, E. E., Gerard, H. B.: Foundations of Social Psychology. New York: Wiley 1967
Jurovský, A.: Duševný život v spoločenských podmienkach. Bratislava, Osveta 1963
Katz, D.: The functional Approach to the Study of Attitudes. Publ. Opin. Quarh., č. 24, 1960
Kelman, H. C.: Compliance Identification and Internalization. Journal of Conflict Resolution, č. 2, 1968
Kistakovskaja, M. J.: Vospitanie detej pervogo goda žizni v jasljach i domach rebjonka. (Autoref. kand. diz.) Moskva 1964

Klaus, G.: Die Macht des Wortes. Berlin 1965
Kodýtková, D.: K teorii světonázorové výchovy. Praha, SPN 1979
Kon, I. S. a kol.: Etický slovník. Bratislava, Pravda 1978
Kondáš, O.: Discentná psychoterapia. Bratislava, Vydavateľstvo SAV 1973
Kondratenko, G. M.: Ob osobennostjach stereotipizacii. Vestnik Moskovskogo universiteta, Žurnalistika, č. 1, 1968
Košč o, J.: Teória a prax poradenskej psychológie. Bratislava, SPN 1980
Kováč, D.: Psychologické experimentovanie kedysi a dnes. Československá psychológia, č. 3., 1982
Kovalev, A. G.: Psychológia osobnosti. Bratislava, SPN 1967
Kovál iková, V.: Obraz seba v regulácii ľudského správania. Psychologica (Zborník FF UK), roč. VII. 1967
Kovál iková, V. a kol.: Dieťa v strede psychologickej starostlivosti. Bratislava, SPN 1973
Kozielecki, J.: Psychologiczna teoria decyzji. Warszawa 1975
Kratochvíl, S.: Konstruktivní manželská hádka. Veda a život, č. 1, 1970
Kratochvíl, S.: Nácvik konstruktivní hádky v terapeutické komunite. Československá psychiatrie, č. 69, 1973
Krech, D., Crutchfield, R. S., Ballachey, E. L.: Človek v spoločnosti. Bratislava, SAV 1968
Křivohlavý, J.: Konflikty mezi lidmi. Praha, Avicenum 1973
Křivohlavý, J.: Já a ty. Praha, Avicenum 1977
Kruteckij, V. A.: Základy pedagogickej psychológie. Praha, SPN 1975
Kulikov, V. N.: Sociaľno-psichologičeskij aspekt sugestii. (Autoreferát doktorskej dizertácie), Leningrad 1974
Kulikov, V. N. a kol.: Problemy psichologičeskogo vozdejstvija. Ivanovo 1978
Kulikov, V. N.: Vnušenie. Ivanovo 1979
Kuznecov, J. M.: Teória a prax politickej agitácie. Bratislava, Pravda 1977
Le Ny, J. F.: K voprosu o materialističeskoj sociaľnoj psichologii. Voprosy psichologii, č. 1, 1963
Lee, S. A.: Cultural Analysis in Operation In: Harvard Business Review 44, 2, 1966
Lenin, V. I.: Spisy, zv. 20. Praha 1957
Lenin, V. I.: Spisy, zv. 23. Praha 1960
Lenin, V. I. Spisy, zv. 38. Bratislava, SVPL 1961
Leontiev, A. N.: Potreby a motívy činnosti. Čsl. psychologie 1959
Leontiev, A. N.: Potrebnosti, motivy i emocii. Moskva 1971
Leontiev, A. N.: Činnosť, vedomie, osobnosť. Bratislava, Vydavateľstvo SAV 1979
Lerner, I. J.: Poznávacie úlohy ako prostriedok formovania a prejavu ustálenosti komunistického svetonázoru. In: Problémy formovania komunistického svetonázoru. Bratislava, VÚP 1976
Leventhal, H., Niles, P.: A Field Experiment on Fear Aronsal with Data on the Validity of Questionuaire Meesures. Journal of Personality č. 32, 1964
Leventhal, H., Singer, R., Jones, S.: Effects of Fear and Specificity of Recommendation upon Attitudes and Behavior. Journal of Personality and Social Psychology, č. 2, 1965
Levi, N.: Ja a my. Praha, Mladá fronta 1976
Linhart, J.: Činnost a poznání. Praha, Academie 1976
Linton, H., Graham, E.: Personality Correlates of Persuasibility. New Haven Conn: Yal Univer. Press 1959
Macková, Z.: Psychologické podmienky rozhodovania (rig. práca) Bratislava, FF UK 1978

Machlach, E. S.: K voprosu ob izmerenii volevogo usilija. Voprosy psichologii, č. 2, 1976
Makarenko, A. S.: Vybrané pedagogické spisy. Bratislava, ŠN 1952
Makarenko, A. S.: Prednášky o výchove detí. Bratislava, ŠN 1952
Marenko, I. S.: Nravstvennoje vospitanie. Moskva, Izd. Pedagogika 1975
Makarenko, A. V.: Sočinenija v semii tomach. Moskva 1957—58
Marko, J. Významová stránka pojmu sebavedomie u školákov. In: Psychológia a zdravý vývin osobnosti. Bratislava, SPN, 1971
McCormick, E. J.: Human Engineering, New York 1957
McCroskey, J. C.: A Summary of Experimental Research on the Effects of Evidence in Persuasie Communication. Quarterly Journal of Speech č. 55, 1969
McGuire, W. J.: Cognitive Sensistency and Attitude Change. Journal of Abnormal a Social Psychology, č. 60, 1960
McGuire, W. J.: The nature of Attitudes and Attitude Change. In: The Handbook of Social Psychology. G. Lindzey, E. Aronson (Ed) 1969
Míček, L.: Sebevýchova a duševní zdraví. Praha, SPN 1976
Michajlov, I. V.: Roľ psichologičeskogo prosveščenija v aktivizacii samoocenki. Voprosy psichologii, č. 3, 1975
Miller, G. R., McReynolds, M.: Male Chauvinism and Source Competence A Research Note. Speech Monographs, č. 40, 1973
Milton, J. a kol.: Effect of Message, Intenzity on Receiver. Journal of Communication, č. 20, 1970
Mistrík, J.: Frekvencia slov v slovenčine. Bratislava, Vydavateľstvo SAV 1969
Mistrík, J.: Rétorika. Bratislava, SPN 1976
Mjasiščev, V. N.: Niektoré otázky teórie psychoterapie. Československá psychiatrie, č. 55, 1959
Moravcová, V.: Niektoré problémy psychológie v metodike a organizácii informačnej práce. Bratislava 1966
Morozov, V. P.: Tajny vokaľnoj reči. Leningrad 1967
Mosier, C. I.: A Psychomeria Study of Meaning. In: Journal of Social Psychology, č. 13, 1941
Musil, J. V.: Seminář o psychologii utváření a změny postojů. Bulletin Psycholóģ v Československu, Psychol. ústav UK, č. 1., 1984
Nakonečný, M.: Sociální psychologie. Praha, Svoboda 1970
Nejmark, M.: O metodach i prijomach ubeždenija. Sovietskaja pedagogika, č. 2, 1959
Nikolaičev, B. O.: Osoznavajemoje i neosoznavajemoje v nravstvennom povedenii ličnosti. Moskva 1976
Novák, T.: Veď predsa hádať sa je také ľahké. Osvetová práca, č. 8, 1977
Nožin, J. A.: Verejný prejav ako forma komunikácie. In: Problémy sociálnej psychológie a propaganda. Bratislava, Pravda 1972
Nožin, J. A.: Mistrovství mluveného projevu. Praha, Svoboda 1980
Okun, B.: Überzeugung (Zum Begriff und zur Herausbildung). Berlin 1978
Ostermeier, T. H.: Effects of Type Frequency of Reference. Speech Monographs, č. 34, 1967
Pardel, T.: Motivácia ľudskej činnosti a správanie. Bratislava, SPN 1977
Parygin, B. D.: Sociální psychologie jako věda. Praha, SPN 1968
Pavlík, O.: Mravná výchova I. Bratislava, SPN 1963
Pekelis, V.: Stratégia a taktika života. Bratislava, Obzor 1975
Pešinová, H., Šolc, M.: Formy a metody zvyšování účinnosti stranické propagandy. Praha, VŠP ÚV KSČ 1978
Petrovskij, A. V.: Obščaja psichologia. Moskva 1970
Petrovskij, A. V.: Ještčo raz ob ustojčivosti ličnosti. Voprosy psichologii, č. 2, 1975

Petrovskij, A. V. a kol.: Vývojová a pedagogická psychologie. Praha, SPN 1977
Pietrasiński, Z.: Psychológia pre vedúcich pracovníkov. Bratislava, Obzor 1965
Pietrasiński, Z.: Psychológia správneho myslenia. Bratislava, Obzor 1967
Pisarev, D. I.: Sočineija v 4 temach, T—2. Moskva, GICHL 1955
Podgorecki, A.: Základy sociotechniky. Praha 1968
Popov, G. Ch.: Vieme si organizovať prácu. Bratislava, Obzor 1975
Poršnev, B. F.: Socialnaja psichologia i istoria. Moskva 1966
Powell, F.: The Effect of Anxiety — Arousing Messages When Related to Personal, Familial and Impersonal Referents. Speech Monographs, č. 32, 1965
Pozdňakov, P. V.: Efektívnosť komunistickej výchovy. Bratislava, Pravda 1977
Puškin, V. N.: Psychologie a kybernetika. Praha, SPN 1974
Rosenbaum, M., Douglas, E. F.: Opinion Change as a Function of External Commitment. Journal of Abnormal and Social Psychology, č. 61, 1960
Roščin, S. K.: Reklama i psichologia potrebitelja. In: Psichologičeskije mechanizmy reguljacii socialnogo povedenija. Moskva 1979
Rozentaľ, M. M. a kol.: Filozofický slovník, Bratislava, Pravda 1977
Rubinštejn, S. L.: Bytí a vědomí. Praha, SPN 1961
Rybár, L.: Základy rétorickej komunikácie. Bratislava, Obzor 1980
Ryžkin, J.: K voprosu o komplexnom pochode k izučeniju javlenija vnušenija, In: Problemy psichologičeskogo vozdejstvija. Ivanovo 1979
Slejška, D.: Verejná mienka, In: Sociologický slovník. Praha, Svoboda 1970
Sopikov, A. P.: Vlijanie gruppy na povedenije člena gruppy. In: XVIII Meždunarodnyj kongres, Moskva 1966
Stepanov, A. A.: Otraženije v reči osobennostej ličnosti. Učonnyje zapisky MGU, Moskva 1964, zv. 254
Strogovič, M. S.: Logika, Bratislava, SPN 1951
Šakirova, G. M.: O celenapravlennom formirovanii mravstvennych ubeždenij u školnikov. Voprosy psychologii, č. 6 1981
Šepel, V.: Konfliktní situace a jejich řešení. Praha, Práce — Svoboda 1975
Šerkovin, J. A.: Sociálno-psychologické aspekty propagandy. In: Šorochová, E. V.: Metodologické problémy sociálnej psychológie. Bratislava, SAV 1980
Šipkovský, Š.: Problematika vzdelávania. In: Kultúrny a spoločenský profil obyvateľov Bratislavy a Košíc. Výskumný ústav kultúry a verejnej mienky, Bratislava 1974
Šípoš, I.: Sémantické aspekty propagandy. Bratislava, UEP SAV 1980
Šorochová, E. V. a kol.: Metodologické problémy sociálnej psychológie. Bratislava, Vydavateľstvo SAV 1980
Švarcman, K. A.: Etika bez morali. Moskva 1964
Tannenbaum, P. H.: Initial Attitude Toward Source and Concept as Factors in Attitude Change trough Communication. Publ. Opin. Quart, 1956
Thompson, W. N.: The Process of Persuasion: principles and readings. Harper and New York, Row Publishers, 1975
Tichova, N. A.: Stadnaja žizň i sredstva ich obščenija v svete problemy antropogeneza. Autor. referát doktorskej dizertácie, Vyd. institut fiziologii AV ZSSR 1950
Tříska, J.: Studie a prameny k retorice a k universitní literatuře. Praha 1972
Vaněk, J.: K biologickým a psychologickým zřetelům výchovy. Praha, SPN 1972
Vondráček, V.: Několik vět o emocích, které je možno považovat za předmluvu. In: Emoce, 2. vyd., Praha, SZN 1969
Voroncov, J. V.: Televízia v systéme masovej komunikácie. In: Problémy sociálnej psychológie. Pravda, Bratislava 1972

Vrchotová – Pátová, J.: O kultuře mluveného projevu. Praha, Svoboda 1983
Vudson, N., Konover, D.: Spravočnik po inžinernoj psichologii. Moskva 1968
Vygotskij, N. S.: Razvitie vyssich psichišeskich funkcij. Moskva 1960
Weiss, W.: The Relationship Between Judgments of a Communisator's Position and Extent of Opinion Change. Journal of Abnorm. soc. Psychol., č. 56, 1958
Weiss, W., Fine, B. J.: Opinion Change as a Function of some Interpersonal attributes of the communicaters. Journal abnorm. soc. Psychol., č. 51, 1965
Winans, J. A.: Public Speaking. New York: The Century Co. 1917
Woodworth, R. S.: Experimental psychology. New York, Holt 1938
Zachoval, J.: Přesvědčení. Praha, SN 1927
Zalevskij, G. V.: Fiksirovannyje formy povedenija. Irkutsk 1976
Záturecký, A. P.: Slovenské príslovia a porekadlá. Bratislava, Tatran 1975
Zborník: Materialisty drevnej Grecii. Sobr. texty Geraklita, Demokrita i Epikura. Moskva 1955
Zinčenko, P. I.: Neproizvoľnoje zapominanie. Moskva 1961
Žuravlev, I. K.: Problém kritérií a spôsobov diagnostikovania procesu formovania svetonázoru v pedagogickej literatúre. In: Problémy formovania komunistického svetonázoru. Bratislava, VÚP 1976

Й. ГРАЦ

ПЕРСВАЗИЯ

ВОЗДЕЙСТВИЕ ЧЕЛОВЕКА НА ЧЕЛОВЕКА

Резюме

Монография разделена на три части: общую, специальную и прикладную. В *общей части* (главы I—IV) с понятийного аспекта определяется проблематика персвазии. Дело в том, что незнание теории убеждения заключает в себе опасность, что из понятия убеждение могут постепенно исчезать как раз его характерные признаки и наоборот, ему могут придаваться такие признаки, которые с его содержанием не имеют ничего общего, а только деформируют его. (В работе говорится о двух понятиях: presvedčovanie как процесс и presvedčenie как состояние. В переводе употребляется термин убеждение в обоих значениях.) *Специальная часть* (главы V—VIII) посвящена анализу условий убеждения. Ее значение состоит, кроме другого, и в том, что в ней предъявляется требование, чтобы убеждающий сумел оценивать себя не только „своими глазами“ , но и „глазами другого человека“ и, с другой стороны, старался смотреть на него не только со своей точки зрения, но и с точки зрения другого человека. *Прикладная часть* (главы IX—XI) базируется на том, что не существует несколько методов убеждения, что есть только один, и поэтому изучаются способы, приемы и методики его эффективного применения.

В вводной части работы (глава I) определяется убеждение как такое воздействие, при котором реципиент под влиянием уговаривающего добровольно, с интересом и активно уверяется в обоснованности какой-нибудь точки зрения. Поскольку убеждение не представляет собой единственный метод межличностного воздействия, в следующей части работы рассматривается проблема, чем убеждение отличается и чем оно взаимосвязано с такими методами воздействия, как демонстрирование, объяснение, внушение, экземплификация и эксерцитация. Дополнительные сведения о понятии убеждение получаются из его классификации, причем отдельно классифицируются процесс и результат воздействия.

Во второй главе изучается и описывается персвазия с точки зрения соответствующих психологических понятий. Хотя убеждение не является только психологическим понятием, в психологических терминах имеется наиболее соответствующее его определение. Дело в том, что персвазия может быть и психическим процессом (presvedčovanie, sebapresvedčovanie), и психическим состоянием (presvedčenie), или же психическим качеством (presvedčivosť, presvedčiteľnosť). Кроме того, она тесно связана и с другими психологическими понятиями,как напр. отношения, потребности и др. Особое внимание в этой главе уделяется анализу рациональной базы убеждения, эмоциональному компоненту убеждения и анализу убеждения как мотиву деятельности.

Персвазия в смысле процесса коммуникации изучается в третьей главе. Так как

основные специальные термины персвазии большей частью тождественны со словами, применяемыми в разговорном и литературном словацком языке, автор на основании денотативного анализа устанавливает, что значение, приписываемое в книге основным специальным терминам персвазии не вполне совпадает с их общепринятым языковым определением. Например, в то время как одни могут термин убеждение понимать как выражение для наименования этической величины, другим он может показаться лишь выражением, обозначающим укрепившееся познание. Вследствие этого многие в воспитании не убеждают, т. е. не формируют, а только информируют. Во второй части главы изучаются возможности повышения эффективности словесного воздействия убеждающего на реципиента с точки зрения коннотативного анализа слов. Особое внимание обращает автор на источник как кодировщика информации, на канал как средство переноса информации и реципиента как дешифратора информации.

Проблематика происхождения и истории, применения и развития, но и возможностей и ограничений убеждения рассматривается в главе „Персвазия в жизни человека". Нетрадиционное помещение этой тематики в заключительной главе первой части работы не случайно. Дело в том, что не объяснив понятийное определение убеждения, нельзя изучать его возникновение и обсуждать его применение. В заключительной части главы отмечается, что хотя и убеждение нельзя считать всемогущим методом, всякое убеждение, раз возникнув, имеет тенденцию проявить себя в поведении человека. Если же оно не может проявить себя сразу, оно ждет удобного случая. (Это происходит главным образом тогда, когда у него на пути встречаются различные меры принуждения.) Если оно не может проявиться прямо, то оно проявляется непрямо (например, человек может побуждать других поступить так, как бы поступал сам). Все это указывает на то, что убеждение, даже при своем ограничении, остается одним из самых значительных методов межличностного воздействия.

В пятой главе (начинающей специальную часть книги) рассматривается проблематика агентов убеждения. Так как убеждение предполагает не меньше двух лиц, то лицо, пытающееся действовать на другое лицо разными методиками убеждения, называется убеждающим (персвадер) и лицо, поддающееся убеждающему, называется убеждаемым (реципиентом). В связи с изучением личности убеждающего значительное внимание уделяется понятию убедительность. Под ним следует понимать личностную характеристику, дающую человеку возможность действенно влиять на изменение или формирование убеждения других лиц. На вопрос, что обусловливает большую или меньшую степень убедительности, отвечает автор тем, что выделяет и подробно описывает три предполагаемых качества: искренность, привлекательность и силу. При анализе личности реципиента предметом психологического изучения является понятие убеждаемость. Под ней следует понимать индивидуальное расположение поддаться воздействию убеждения. Проведенные анализы показали, что убеждаемость — это очень сложный личностный фактор, обусловленный совокупностью посредствующих личностных качеств, которые разделяются на внешние и внутренние. В книге подробно рассматриваются такие экстраиндикаторы, как напр. возраст, пол, образование и т. п., и интраиндикаторы, как напр. интеллигентность, общительность, эгоцентричность, властность и т. д. Однако, было установлено, что убеждаемость изменяется не только под влиянием посредствующих, но и непосредственных показателей. Речь идет о комплексе отношений реципиента, которые в зависимости от подхода к ним с аспекта формальных или содержательных факторов, анализируются как с точки зрения их структурной упорядоченности (тотальность, консистентность, консонантность, уравновешенность, интенсивность отношений), так с точки зрения их функциональной внедренности (социотранситивность, интраконективность и, главным образом, иррациональная инфильтрованость отношений).

В заключительной части этой главы внимание сосредоточено на явлениях сходства и несходства факторов убеждения. Конкретно, если два лица оказались во взаимодействии убеждения, возникает вопрос, что окажется более благоприятным для процесса убеждения — их сходство или их несходство. Было обнаружено что несмотря

на неполность и почти противоречивость проведенных исследований, сходство и несходство нельзя относить к индифферентным факторам в успешности процесса убеждения.

В шестой главе описана проблематика факторов персвазии. К основным факторам убеждения относятся тезис и аргумент, т. е. факторы, которые, в отличие от личностных агентов (персвадер, реципиент), касаются вещественной (материальной), т. е. содержательной стороны убеждения. Поскольку действенность всякой мысли, которая должна оказывать влияние на человека, обусловлена не только содержанием, но и формой выражения, значительное внимание в книге уделяется формулировке тезисов, а именно с таких аспектов, как коммуникативность, противоречивость и персонификация. Вторая часть этой главы посвящена вопросу о формулировке фактических, производных и эмоциональных аргументов. В связи с этой тематикой автор старается объяснить вопрос, усиливается или ослабляется действенность аргумента при одновременном представлении другого аргумента. Решается и проблема отношения людей к определенному типу аргументов (напр. предпочитают ли они эмоциональные аргументы фактическим или наоборот).

Этические понятия как предпосылки персвазии являются предметом описания в седьмой главе. Объясняются в первую очередь такие этические понятия, как dôvera и dôveryhodnosť. Dôvera может проявляться как dôverivosť (положительное качество) или как dôverčivosť (отрицательное качество) реципиента. С другой стороны, dôveryhodnosť может касаться либо персвадера (в связи с ним употребляется термин vierohodnosť) или ситуации, в которой проходит убеждение (в связи с ней применяется термин hodnovernosť). Психологический подход к анализу этих этических понятий обусловлен тем, что во взаимодействии убеждения их воспринимают не только в их объективной, но очень часто и в неточной и искаженной форме. Таким образом, вследствие разного восприятия одной и той же информации даже самые правдивые и логически правильные информации могут не быть восприняты и наоборот. Поэтому в этой главе внимание уделяется также вопросам восприятия предметов и мыслей и вопросам восприятия себя и других.

Тематика интенциональности персвазии рассматривается в восьмой главе. Под интенциональностью понимается направленность убеждения на определенную цель. Факт, что каждый участвующий в процессе убеждения является своеобразной личностью, позволяет разделить направленность процесса убеждения (даже в самом простом процессе убеждения — в диаде) на эгоцентрическую (выражается формулой „только я“), альтер-центрическую (выражается формулой „только ты“), ностри-центрическую (выражаемую формулой „и я, и ты“) и экстро-центрическую („ни я, ни ты“). Особенности отдельных составных частей направленности и их последствия на процесс убеждения являются предметом подробных психологических анализов, которые показали, что сущность проблемы убеждения не всегда можно сформулировать только в виде кооперативной формулы, так как кооперация не всегда является целью убеждения, а только его средством. Во второй части главы автор решает вопросы спецификации и дифференциации целей, реализуемых в процессе убеждения.

Проблематика „Применение метода персвазии“ описана в самой обширной девятой главе. Ею одновременно начинается и прикладная часть книги. Тематика базируется на познании, что метод убеждения можно разделить на три следующие друг за другом компоненты (способы, приемы и методики). Способы как простейший компонент понимает автор как совокупность логически упорядоченных импульсов. Приведенный теоретический подход позволил автору решить проблему эффективного применения убеждения в следующих тематических целых: 1. Методика представления аргументов (содержит вопросы амплификации, очередности, первичности, новости, односторонности и двусторонности аргументов); 2. методика вопросительного убеждения (содержит проблематику вопросительных способов убеждения и в связи с этим решаются и возможности вопросами ставить под сомнение или одобрять утверждение или мнение реципиента; 3. методика положительных ответов (автор на основании эмпатического,

дифференцирующего и результативного анализов изучает возможности реагирования на возражения реципиента положительной формой ответа; 4. методика применения призывов (здесь исследуется эффективность различных личных и неличных воззваний и эффективность их словесной формы, например, информационной, вопросительной или повелительной); 5. методика непрямого воздействия (исследуется действие убеждения приуменьшением проблемы реципиента или неполемизированием с его антитезой); 6. методика интервенирующих влияний (в зависимости от того, какие психические ситуации применяет убеждающий для достижения своих намерений, в книге различаются следующие способы интервенирующих влияний: а) укрепление, б) обнародование, в) создание условий, г) инсценирование); 7. методика предлагаемого решения. Заключения этой последней подглавы сконцентрированы в двух требованиях: требовании доступности и оригинальности. Соблюдение первого предполагает, что убеждающий будет учитывать личный выбор реципиента, а второе требование удовлетворяется, когда реципиент заинтересуется в создании своего собственного убеждения.

В предпоследней главе рассматриваются особенности метода автоперсвазии. Автор исходит из того, что каждое убеждение предполагает себяубеждение и что в каждом себяубеждении более или менее, прямо или непрямо отражается влияние убеждения других лиц. Это вызывает необходимость различать в автоперсвазии так наз. последственное автоубеждение и спонтанное автоубеждение Последственное автоубеждение проходит в двух фазах: первая — синхронная проходит одновременно с действием персвадера, вторая — последующая, наступает по окончании действия персвадера, потому она называется и постубедительной фазой. С другой стороны, под спонтанным себяубеждением следует понимать усилие субъекта приобрести уверенность, исходящее из его собственного импульса и предшествующее прямому персвазному влиянию других лиц. В работе детально анализируются и различные варианты практического применения метода автоперсвазии.

Последняя — одинадцатая глава посвящена проблематике учебных методов персвазии. Последние делятся на теоретические и практические. Основой практических упражнений является метод персвазной тренировки. Он состоит в практической реализации убеждающих действий в условиях учебных заведений и группового обучения. С процессуальной точки зрения персвазная тренировка реализуется в трех идущих за собой фазах: а) рекогноскативной (разведывательной) фазе, б) в фазе симулированных действий и в) в фазе оценки. В этой главе приводятся и инструктивные указания, опирающиеся на данные и опыт экспериментального применения этого учебного метода.

Для объяснения черзвычайно сложных психических механизмов персвазии автор кроме приведения литературных данных осуществил ряд оригинальных эксплоративных и экспериментальных зондов в исследуемую проблематику. Их результаты (вместе с краткой характеристикой примененного метода исследования) приводятся в книге в отдельных текстовых рамках так, что они взаимосвязаны с содержанием отдельных глав, но не перекрываются с ними и не повторяют их.

Издание предназначено для потребностей теории и практики работников в области здравоохранения, консультации, просвещения и воспитания, равно как и для нужд широкой общественности.

J. GRÁC

PERSUASION

INFLUENCING OF MAN BY MAN

Summary

The submitted monograph is divided in three parts: general, special and applied part. In *general* part (Chapters I–IV), the circle of problems of persuasion is defined from terminological point of view, since insufficient knowledge of the theory of persuasion tends to the constant danger that from the terms „persuasion“ and „being persuaded“ their characteristic signs could gradully disappear, and, vice versa, some other characteristic signs could be involved, even such which have nothing in common with their real meaning, and only lead to their terminological deformation. *Special* part (Chapters V–VIII) is focused on the analysis of conditions of persuasion. Its meaning, beside other, is based also on the fact that it warns the persuader to adjust himself to evaluate things not only „by his own eyes“ but also „by the other's eyes“, and to assess the other person not only from his own point of view but also from the other person's point of view. *Applied* part (Chapters IX–XI) is based on the principle that several methods of persuasion are simply non-existing – that there is only one single method of persuasion, and, therefore, its procedures and methods of its effective use are analyzed.

In introductory part of the monograph (Chapter I) the notion „persuasion“ is defined as a method of influencing of one person by another, in which the subject of persuasion, under the influence of a persuader, voluntarily, with interest and efficiency makes himself sure about the truthfulnes of some opinion. Since persuasion is not a sole method of interpersonal influencing, next part of the monograph solves the problem of such characteristics which make it distinct from or connect it with such methods of influencing as are eg. demonstration, clarification, suggestion, exemplification and exercitation. Further pieces of information about the notions „persuasion“ and „being pesuaded“ follow from their classification, when the process and the result of persuasion are classified separately.

In Chapter II, persuasion is studied from the point of view of the given psychological notions. Though the process of persuasion is not a mere psychological notion, we find its most adequate definition in psychological terms. As such persuasion can be interpreted as a psychological process (persuasion, self-persuasion), psychological condition („being persuaded“) or psychical quality (persuasiveness, persuasibility). Moreover, it is closely connected with other psychological notions as eg. attitudes, needs, goals and others. In the chapter special attention is paid to the analysis of rational core of persuasion, emotional component of persuasion, and to the analysis of persuasion as a motivation to activity.

Persuasion within the frame of communicative process is studied in Chapter III. Since the basic technical terms of persuasion are mostly identical with words which

are commonly used in colloquial or written language, the author, using denotative analysis, has found that the meaning which is ascribed in submitted monograph to basic technical terms of persuasion is not completely identical with its general linguistic determination. For instance, while some people may interpret the term persuasion as the term denoted for an ethical value (quality), the same term may seem to other people more as the term denoting the confirmed condition of „being persuaded". Due to this dualism, many people in educational process do not use persuasion. They do not „form", they only „inform". In second part of the chapter, possibilities of increasing the effect of verbal influence of the persuader upon the recipient are studied from the aspect of connotative analysis of words. Special attention is paid to the source as a codificator of information, to the channel as a mean of information, and to the recipient as a decodificator of information.

The problems of origin and history, application and development of persuasion as well as problems of analysis of its possibilities and limitations are dealt with in the chapter headed „Persuasion in the life of man". The fact that this topic is untraditionally arranged to the final chapter of the first part of the monograph, is not accidental. Obviously, to study the origin and to evaluate the application of persuasion is quite impossible without its previous definition and terminological determination. The concluding part of the chapter contains a statement explaining that persuasion should not be understood as an almighty method. Each persuasion once formed bears a strong tendency to reflect itself in human behaviour. If there is no immediate opportunity for it to come to the fore — it waits for the right opportunity. (It is even more true in cases where there are various means of forcing other persons which are blocking the way.) When it cannot realize itself directly, it realizes indirectly (eg. a person can force other persons to act in a way he himself would like to act). All this underlines the fact that persuasion even within its limitations remains one of the most important methods of interpersonal intervention.

Chapter V, by which special part of the book is started, deals with the problems of particular factors of persuasion. Since persuasion requires at least two persons, the person trying to influnce other persons by diverse methods of persuasion is called persuader, and the person subjected to persuader's influence is called recipient. In association with the analysis of personality of persuader, considerable attention is focused on the notion „persuasiveness". Under this term a personal characteristic is meant which enables the persuader to act effectively upon the changing or forming persuasion in other persons. To the question — which components share in more or less convincing persuasion of a person, the book answers through the determination and detail description of three indispensable preconditions, which are frankness, attractiveness and power. Analyzing the recipient's personality, the main subject of our psychological investigations will be the *liability to become persuaded.* Under this term an individual disposition to become persuaded by another person is meant. Investigations revealed that this quality is a very complicated individual factor subjected to several individual mediating characteristis which can be classified in external and internal characteristics. The book analyzes in detail such extraindicators as eg. age, sex, education etc., but also such intraindicators as eg. intelligence, sociability, egocentrism, despotism etc. However, the liability to become persuaded is not only under the influence of mediating indicators but also the immediate ones. They involve the entire series of recipient's attitudes which are to be analyzed from the aspect of their structural arrangement (totality, consistency, consonancy, balanced state, intensity of attitutes) as well as from the aspect of their functional arrangement (sociotransitivity, introconnectivity, and mainly irrational infortrativeness). The choice of adequate analysis depends fully upon the used approach (focusing on formal aspect, or on the content and structure respectively).

In final part of the chapter phenomenon of similarity and dissimilarity of factors of persuasion is underlined. A question arises, namely in case that two persons become involved in persuasive interaction — whether the persuasive process will be influenced more intensively by their similarity or dissimilarity. It has been confirmed, though the existing studies are still incomplete, and, at the first glance even controversial, that neither similarity nor dissimilarity could be considered negligible factors in the process of persuasion.

In Chapter VI problems of factors of persuasion are analyzed. To the basic factors of persuasion belong thesis and argument. So, these factors, distinctly from the personal ones (persuader, recipient) concern the material side of persuasion (the content of persuasion). Since the efficacy of any idea through which people persuade each other is dependent not only on its content but also on the formal side of its expression, the book pays considerable attention also to formulation of theses, mainly from such aspects as communicability, contradictiveness and personification. Second part of the chapter deals with the question of formulation of real, derived and emotional arguments. In connection with this topic the work pays much effort to elucidate the question of parallel presentation of another argument: whether or not, and if yes — to which extent parallel argument is increasing or decreasing the strength of one's main argument. At last there are attempts to solve the problem whether or not the people differ among themselves in accepting only selective types of arguments (eg. whether they accept the priority of emotional arguments before the facts or vice versa).

Ethical terms as preconditions of persuasion are analyzed in Chapter VII. Such ethical terms as eg. confidence and truthworthiness. *Confidence* can effect in a form of confidence as a positive quality, and credulity or over-confidence as a negative quality of a recipient. On the other hand, truthworthiness can be applied to a persuader, and in this connection it is defined as veracity, and to a situation, where it is called authenticity. Psychological approach to analysis of these ethical terms is fully justified because in their persuasive interaction they are not percepted only in their objective form, but often inaccurately and in a deformed manner. Due to different perception of the same information it happens that the most reliable and logically most accurate information need not be necessarily accepted and vice versa. Therefore a considerable room in the chapter is devoted also to questions of perception of things and ideas and to the question of self-perception and perception of the others.

The topics associated with the intentionality of persuasion are dealt with in Chapter VIII, namely the question of focusing persuasion on a certain goal. The fact that each person involved in persuasive process represents particular personality, the direction of persuasive process (also in the simplest form of interaction — dyad) can be classified in ego-centric (expressed by the formula „only I"), alter-centric (expressed by the formula „only you"), nostri-centric (expressed by the formula „both of us"), and extro-centric („neither of us"). The peculiarities of particular components of direction of the problem and their impact on persuasive process are subjected to detail psychological analysis. It has shown that the content of persuasive problem can always be formulated only in a sense of cooperative formula, since cooperation is not always the purpose — only the mean of persuasion. In second part of the chapter the author tries to solve the question of specification and differentation of the goals applied in persuasive process.

The problems „Application of methods of persuasion" are analyzed in the most extensive Chapter IX. At the same time this chapter begins the applied part of the book. The topic is based on the experience that the method of persuasion can be divided in three closely associated components (modes, procedures, methods). The mode, as the simplest component, is interpreted by the author as a sum of logically arranged stimuli. The mentioned theoretic approach had enabled the author

to solve the problem of effective application of persuasion in following thematic circles: 1. *The method of presentation of arguments* (contains questions of amplification, sequence, priority, newness, unambiguousness or biambiguousness of arguments); 2. *The method of interrogative persuasion* (contains problems of interrogative persuasion and in this connection it studies the problem of using questions for making things questionable or to confirm the statement or persuasion of the recipient); 3. *The method of positive answers* (the author on the pasis of emphatic, differentiating and resultative analysis studies the readiness to react to the recipient's comments in a form of positive answers). 4. *The method of application of appeals* (studies the effect of diverse personal and non-personal appeals and the efficacy of their verbal form eg. informative, interrogative or imperative); 5. *The method of indirect persuasion* (studies the effect of persuasion through neglecting the recipient's problem or through unwillingness to polemize with his antithesis); 6. *The method of intervening influences* (according to the psychical situations the persuader uses for achievement of his goals, the book presents various ways of intervening influences eg. a) support, b) publicity, c) inducement, d) misinterpretation); 7. *The method of proposed solution.*

Experiences submitted in this last subchapter are concentrated into two postulates — the postulate of accessibility and the postulate of originality. To respect the former postulate requires to take as basic personal preferences of the recipient, and to realize the latter one — the persuader must make the recipient personally interested in making his own persuasion.

In the forelast Chapter X, particular methods of self-persuasion are analyzed. The basic assumption here is that each persuasion requires self-persuasion, and that each self-persuasion more or less directly of indirecly reflects also persuasive influences of other persons. In self-persuasion the attribute of strict differentiation between consequentional and spontaneous self-persuasion must be stressed. In *consequentional* self-persuasion there are two phases — first phase — simultaneous — runs simultaneously with the action of persuader, the second phase — successive — runs after the persuader's action had finished (therefore, it is called also the post-persuasion phase). On the other hand, under the *spontaneous* self persuasion the effort of the subject to gain certainity. It originates from his own stimulus and is formed by direct persuasion influences of other persons. In the book various variants of practical application of the self-persuasion methods are analyzed in detail.

The last Chapter XI deals with problems of exercise methods of persuasion. These are divided in theoretical and practical ones. Essential for practical lessons is the method of persuasive training. It is based on practical application of persuasive activities in conditions of training facilities and group education. From processual point of view, persuasive training can be realized in three consequent, mutually associated phases: a) reconnaissance phase, b) phase of simulated activities, c) evaluation phase. The chapter also contains instructions based on the knowledge and experience gathered in experimental application of training method.

The difficulties encountered by the author in his efforts to elucidate the most complicated psychical mechanisms of persuasion made him, beside using the existing literary data, to carry out tens of original exploratory and experimental sounds into the investigated problemacy. Their results (along with short characteristics of the applied experimental methods) are presented in separate textual frames after each chapter, avoiding overlapping and duplicities with the text. The publication is intended for the needs of theory and practice of workers in medicine, counselling, education and for the general needs of lay public.

J. GRÁC

PERSUASION

BEEINFLUSSUNG DES MENSCHEN DURCH DEN MENSCHEN

Zusammenfassung

Die vorliegende Monographie enthält drei Teile: einen allgemeinen, einen speziellen und einen Applikationsteil. Im *allgemeinen* Teil (I. bis IV. Kapitel) wird aus dem Begriffsaspekt die Problematik der Persuasion abgegrenzt. Die Unkenntnis der Theorie der Überzeugens erwächst nämlich zur steten Gefahr, dass den Begriffen Überzeugen und Überzeugung eben die charakteristischen Zeichen allmählich entschwinden können und umgekehrt können solche Zeichen in diese Begriffe hineingebracht werden, die mit ihrem Inhalt nichts Gemeinsames haben, aber diesen bloss deformieren. Der *spezielle* Teil (V. bis VIII. Kapitel) ist auf die Analyse der Bedingungen des Überzeugens ausgerichtet. Die Bedeutung dieses Teiles liegt u. a. darin, dass der Überzeuger verwiesen wird, sich nicht nur „aus eigener Sicht", sondern auch „aus der Sicht des anderen" zu bewerten und selbst bestrebt zu sein, diesen anderen nicht nur im Lichte des eigenen Betrachtens, sondern auch im Lichte der Betrachtungsweise jenes anderen zu bewerten. Im *Applikationsteil* (IX. bis XI. Kapitel) wird davon ausgegeangen, dass das Überzeugen nicht nach mehreren Methoden vor sich geht; es gibt bloss eine Methode des Überzeugens und deshalb werden Arten, Vorgehen und Methodiken der effektiven Geltendmachung dieser Methode analysiert.

Im Einleitungsteil der Arbeit (I. Kapitel) wird das Überzeugen als eine solche Beeinflussung abgegrenzt, in der sich der Rezipient durch die Einwirkung des Beeinflussers gutwillig, interessiert und beteiligt der Begründung eines Standpunktes vergewissert. Da das Überzeugen nicht die einzige Methode des zwischenpersönlichen Beeinflussens ist, wird im weiteren Teil der Arbeit das Problem gelöst, womit sich das Überzeugen von solchen Methoden wie Demonstration, Klarifikation, Suggestion, Exemplifikation und Exerzitation unterscheidet und womit es an solche Methoden anknüpft. Weitere Informationen über die Begriffe Überzeugen und Überzeugung werden aus deren Klassifikation gewonnen, wobei der Vorgang und das Resultat der Beeinflussung gesondert klassifiziert werden.

Im zweiten Kapitel wird die Persuasion im Lichte der diesbezüglichen psychologischen Begriffe besprochen. Obwohl das Überzeugen kein blosser psychologischer Begriff ist, findet es doch in den psychologischen Termini die adäquateste Abgrenzung. Die Persuasion kann nämlich ein psychischer Prozess sein (Überzeugen, Selbstüberzeugen), weiterhin ein psychischer Zustand (Überzeugung) oder eine psychische Eigenschaft (Überzeugungskraft, Überzeugbarkeit). Ausserdem hängt die Persuasion eng auch mit weiteren psychologischen Begriffen zusammen wie z. B. Stellungen,

Bedürfnisse u. a. Besondere Beachtung wird in diesem Kapitel der Analyse der rationellen Grundlage der Überzeugung, der emotionellen Komponente der Überzeugung und der Analyse der Überzeugung als eines Betätigungsmotivs gewidmet.

Im dritten Kapitel wird die Persuasion im Sinne eines Kommunikationsprozesses behandelt. Da die fachsprachlichen Ausgangstermini der Persuasion meistens mit den in der slowakischen Umgangs- und Schriftsprache üblich gebrauchten Wörtern identisch sind, hat der Autor aufgrund einer denotativen Analyse festgestellt, dass die den grundlegenden Fachtermini der Persuasion im Buche zugeschriebene Bedeutung sich nicht völlig mit deren allgemeiner sprachlicher Abgrenzung deckt. Die einen können z. B. den Terminus Überzeugung als Ausdruck für die Bezeichnung eines ethischen Wertes empfinden, wogegen derselbe Terminus den anderen als Ausdruck für die Bezeichnung einer gesicherten Erkenntnis erscheinen kann. Infolgedessen gibt es viele, die auch bei der Erziehung nicht überzeugen, d. i. nicht formen, aber nur informieren. Im zweiten Teil des Kapitels werden die Möglichkeiten einer Anhebung der Wirksamkeit der durch Worte erfolgten Einwirkung des Persuadeurs auf den Rezipienten gelöst und zwar aus der Sicht einer konotativen Analyse der Worte. Besondere Beachtung findet dabei die Quelle als Informationskoder, der Kanal als Informationsübertragungsmittel und der Empfänger als Informationsdekoder.

Im Kapitel „Persuasion im Leben des Menschen" werden die Problematik des Ursprungs und der Geschichte, der Geltendmachung und der Entfaltung, aber auch die Möglichkeiten und Einschränkungen des Überzeugens gelöst. Diese Thematik wurde untraditionell und nicht zufälligerweise in das Schlusskapitel des ersten Teiles der Arbeit einbezogen. Es ist nämlich unmöglich das Entstehen des Überzeugens zu prüfen und dessen Geltendmachung zu bewerten, ohne vorher dessen Begriffsabgrenzung zu belechten. Abschliessend wird in diesem Kapitel konstatiert, dass das Überzeugen wohl keine allmächtige Methode ist, aber — einmal entstanden — hat jede Überzeugung die Tendenz sich im Verhalten des Menschen durchzusetzen. Sollte dies nicht gleich möglich sein, wartet sie auf ihre Gelegenheit. (Das trifft insbesonders in Fällen zu, wo der Überzeugung verschiedene Zwangsmittel im Wege stehen). Sollte sich die Überzeugung nicht direkt durchsetzen können, setzt sie sich indirekt durch (z. B. der Mensch kann andere zu einem ihm beliebigen Handeln anhalten). Das alles macht darauf aufmerksam, dass das Überzeugen, selbst mit seinen Einschränkungen, eine der bedeutendsten Methoden der zwischenpersönlichen Beeinflussung bleibt.

Im fünften Kapitel (mit dem der spezielle Teil des Buches beginnt) wird die Problematik der Faktoren der Persuasion gelöst. Das Überzeugen erfordert minimal zwei Personen, und zwar den Überzeuger (Persuadeur), der durch verschiedene Methodiken des Überzeugens versucht die zweite Person, d. i. den zu Überzeugenden (den Rezipienten) zu beeinflussen. Im Zusammenhange mit der Analyse der Persönlichkeit des Persuadeurs wird in der Arbeit besondere Beachtung dem Begriff *Überzeugungskraft* gewidmet. Unter diesem Begriff wird diejenige Persönlichkeitscharakteristik verstanden, die es dem Menschen ermöglichkeit auf eine Überzeugungsgestaltung oder eine Überzeugungsänderung anderer Menschen effektiv einzuwirken. Die Frage, was an der grösseren oder kleinen Überzeugungskraft des Menschen partizipiert, wird in der Arbeit durch das Dividieren und die eingehende Beschreibung von drei vorauszusetzenden Eigenschaften beantwortet und zwar der Aufrichtigkeit, der Anziehungskraft und der Kraft. Bei der Analyse der Persönlichkeit des Rezipienten wird der Begriff *Überzeugbarkeit* zum Gegenstand psychologischer Forschungen. Dieser Begriff bezeichnet das individuelle Disponiertsein, durch jemanden auf sich mittels des Überzeugens einwirken zu lassen. Die erfolgten Analysen zeigten, dass die Überzeugbarkeit ein sehr komplizierter Persönlichkeitsfaktor ist, bedingt durch einen ganzen Komplex von vermittelnden Persönlichkeitscharakteristiken, die man in äussere und innere einteilen kann. Im Buche werden solche Extraindikatoren eingehend

analysiert wie z. B. Alter, Geschlecht, Bildung u. a., aber auch solche Intraindikatoren wie Intelligenz, Soziabilität, Egozentrismus, Herrschsucht usw. Es wurde allerdings festgestellt, dass auf die Überzeugbarkeit nicht nur vermittelnde sondern auch unmittelbare Zeiger einwirken. Es handelt sich hier um einen ganzen Komplex von Stellungen des Rezipienten, an die man entweder aus der Sicht ihrer formellen oder inhaltlichen Gestaltung herantretet. Nach den genannten Gesichtspunkten werden diese Stellungen sowohl hinsichtlich ihrer strukturellen Anordnung (total, konsostent, konsonant, Ausgewogenheit, Intensität der Stellungen) als auch hinsichtlich ihrer funktionellen Eingliederung (soziotransitiv, intrakonnektiv und insbesondere irrationelles Inforltriertsein der Stellungen) analysiert.

Im Schlussteil des Kapitels wird auf die Erscheinung des Ähnlichseins und des Unähnlichseins der Faktoren des Überzeugens hingewiesen. Konkret gesagt, wenn zwei Personen in eine Überzeugungsinteraktion versetzt werden, erhebt sich die Frage, was auf den Überzeugungsprozess günstiger einwirken wird — ihr Ähnlichsein (Similarität) oder ihr Unähnlichsein (Dissimilarität). Obwohl die gegenwärtig bestehenden Forschungsresultate lückenhaft sind und sich auf den ersten Blick fast widersprechen, wurde dennoch festgestellt, dass weder die Similarität noch die Dissimilarität indifferente Faktoren für die Erspriesslichkeit der Überzeugungsprozesses sind.

Im sechsten Kapitel wird die Problematik der Faktoren der Persuasion analysiert. Zu den grundlegenden Faktoren des Überzeugens gehört die These und das Argument. Zum Unterschied von Persönlichkeitsfaktoren (Persuadeur, Rezipient) betreffen diese Faktoren die sachliche (materielle) oder die inhaltliche Seite des Überzeugens. Da die Wirksamkeit einer beliebigen Idee, durch die Menschen auf sich einwirken, nicht nur durch den Inhalt, sondern auch durch die Form, in der diese Idee ausgedrückt wird, bedingt ist, wird im Buche auch die Formulierung der Thesen besonders beachtet und zwar aus kommunikativen, kontradiktiven-und Persönlichkeitsgesichtspunkten. Der zweite Teil dieses Kapitels ist auf die Frage der Formulierung faktischer, abgeleiteter und emotiver Argumente ausgerichtet. Im Zusammenhange mit dieser Thematik ist der Autor der Arbeit bestrebt die Frage zu klären, ob und wie die Wirksamkeit eines Arguments mit der gleichzeitigen Präsentation eines anderen Arguments angehoben oder herabgesetz wird. Auch wird das Problem gelöst, ob sich Menschen voneinander unterscheiden, indem sie nur einen bestimmten Typ an Argumenten akzeptieren (z. B. ob sie emotive Argumente vor faktischen bevorzugen oder umgekehrt).

Im siebenten Kapitel werden ethische Begriffe als Voraussetzungen der Persuasion analysiert. In den Vordergrund treten solche ethische Begriffe wie Vertrauen und Vertrauenswürdigkeit. *Vertrauen* kann in Form von Zutraulichkeit (positive Eigenschaft) oder in Form von Leichtglaubigkeit des Rezipienten (negative Eigenschaft) auftreten. Andererseits kann die *Vertrauenswürdigkeit* sowohl den Persuadeur betreffen (im Zusammenhange mit ihm wird sie als Glaubwürdigkeit bezeichnet) als auch die Situation, in der das Überzeugen vor sich geht (im Zusammenhange mit dieser wird sie mit dem Terminus Glaubhaftigkeit bezeichnet). Das psychologische Herantreten an die Analyse dieser ethischen Begriffe wird dahingehend begründet, dass diese Begriffe in der Überzeugungsinteraktion nicht nur in ihrer objektiven Gestalt, aber sehr oft ungenau und verzerrt empfunden werden. Infolge der unterschiedlichen Wahrnehmung derselben Information, pflegt es dann vorzukommen, dass auch die wahrhaftigsten und logisch richtigsten Berichte nicht akzeptiert werden und umgekehrt. Deshalb werden im Kapitel auch Fragen der Wahrnehmung von Gegenständen, Gedanken wie auch Fragen der Wahrnehmung der eigenen Person und anderer Personen beachtet.

Die Thematik der Intentionalität der Persuasion wird ins achte Kapitel einbezogen. Unter dieser Bezeichnung wird ein bestimmtes Zielgerichtetsein des Überzeugens verstanden. Tatsächlich stellt jede der am Überzeugungsprozess beteiligten

Personen eine eigenartige Individualität dar. Das Zielgerichtetsein des Überzeugungsprozesses kann (selbst bei der einfachsten Überzeugungsinteraktion — bei der Dyade) in ein ego-zentrisches (ausgedrückt durch die Formel „Nur ich"), alter-zentrisches (ausgedrückt durch die Formel „Nur du"), nostri-zentrisches (Formel „Auch ich, auch du"), extro-zentrisches („Weder ich noch du") eingeteilt werden. Die Besonderheiten der einzelnen Komponenten des Zielgerichtetseins des Problems und die sich daraus auf den Überzeugungsprozess ergebenden Folgen sind Gegenstand eingehender psychologischer Analysen. Diese zeigten, dass der Inhalt des Persuasionsproblems nicht immer nur im Sinne einer kooperativen Formel abzufassen ist, da die Kooperation nicht immer das Ziel, aber nur ein Mittel des Überzeugens ist. In der zweiten Hälfte des Kapitels behandelt der Autor Fragen der Spezifikation und der Differentiation der Ziele, die im Überzeugungsprozess zur Geltung kommen.

Das neunte Kapitel ist das umfangreichste. Mit diesem Kapitel, das die Problematik der „Geltendmachung der Persuasionsmethode" bearbeitet, beginnt zugleich der Applikationsteil des Buches. Den Ausgangspunkt dieser Thematik bildet die Erkenntnis, dass die Methode des Überzeugens in drei fortlaufend an sich anknüpfende Komponenten (Arten, Vorgehen und Methodik) einzuteilen ist, wobei der Autor die einfachste Komponente — die Arten — als einen Komplex logisch eingeordneter Antriebe auffasst. Das angeführte theoretische Herantreten ermöglichte dem Autor das Problem der effektiven Geltendmachung des Überzeugens in den nachfolgenden, thematisch zur Gänze abgeschlossenen Abschnitten zu lösen: 1. *Methodik der Präsentation von Argumenten* (enthält Fragen der Amplifikation, der Reihenfolge, der Ursprünglichkeit, der Neuheit, der Einseitigkeit oder Zweiseitigkeit der Argumente); 2. *Methodik des interrogativen Überzeugens* (enthält die Problematik der fragestellenden Arten des Überzeugens und in diesem Zusammenhange werden hier auch Möglichkeiten besprochen durch Fragen Zweifel zu erregen, oder die Behauptungen und die Gesinnung des Rezipienten gutzuheissen); 3. *Methodik der positiven Antworten* (aufgrund emphatischer, differenzierender und resultativer Analysen prüft der Autor die Möglichkeit auf die Einwände des Rezipienten durch eine positive Form der Antwort zu reagieren); 4. *Methodik der Geltendmachung von Appellen* (hier wird die Wirksamkeit verschiedener persönlicher und unpersönlicher Appelle geprüft wie auch die Wirksamkeit ihrer in Worte gefassten Form, z. B. der informativen, fragenden oder imperativen Form); 5. *Methodik des indirekten Einwirkens* (Es werden Wirkungen des Überzeugens durch Bagatelisierung des Problems des Rezipienten, oder durch Nichtpolemisieren mit dessen Antithese geprüft); 6. *Methodik der intervenierenden Einflüsse* (je nachdem, durch welche psychische Situationen der Überzeuger seine Vorhaben erreicht, werden im Buche solche Arten intervenierender Einflüsse unterschieden wie; a) Kräftigung, b) Veröffentlichung, c) Veranlassen, d) Inszenieren); 7. *Methodik der proponierten Lösung* (Die Erkenntnisse dieses letzten Subkapitels werden in zwei Forderungen konzentriert — Forderung der Zugänglichkeit und Forderung der Ursprünglichkeit. Das Respektieren der ersten Forderung setzt voraus, dass der Überzeuger aus persönlichen Präferenzen des Rezipienten ausgeht. Die zweite Forderung wird realisiert, indem der Rezipient an der Bildung seiner eigenen Überzeugung interessiert wird).

Im vorletzten Kapitel werden die Eigenarten der Methode der Autopersuasion analysiert. Den diesbezüglichen Ausgangspunkt bildet die These, dass jedes Überzeugen ein Selbstüberzeugen voraussetzt und dass in jedem Selbstüberzeugen sich mehr oder weniger — direkt oder indirekt — auch die Überzeugungseinflüsse anderer Menschen widerspiegeln. Daraus ergibt sich der zu beachtende Hinweis bei der Autopersuasion das konsekutive von dem spontanen Selbstüberzeugen zu unterscheiden. Das konsekutive Selbstüberzeugen wird in zwei Phasen verwirklicht: die erste — simultane Phase verläuft gleichzeitig während des Wirkens des Persuadeurs, die zweite — sukzessive Phase setzt ein, nachdem der Überzeuger sein Wirken beendet hatte, deshalb wird sie auch Post-Überzeugungsphase genannt. Andererseits wird

unter spontanem Selbstüberzeugen das Bestreben des Subjekts nach Erlangen einer Sicherheit verstanden. Dieses Bestreben kommt aus eigenem Antrieb des Subjekts zustande und geht direkten Persuasionseinflüssen anderer Menschen voraus. In der Arbeit werden auch verschiedene Varianten der praktischen Anwendung der Methode der Autopersuasion analysiert.

Das letzte – elfte Kapitel ist der Problematik der Übungsmethoden der Persuasion gewidmet. Diese werden in theoretische und praktische eingeteilt. Die Grundlage der praktischen Übungen ist die Methode des Persuasionstrainings. Sie beruht in der praktischen Geltendmachung der Überzeugungsaktivitäten in Bedingungen der Schuleinrichtungen und der Gruppenausbildung. Nach dem prozessualen Standpunkt wird das Persuasionstraining in drei an sich anknüpfenden Phasen realisiert: a) in der Rekognoszierungsphase (Erkundungsphase), b) in der Phase simulierter Tätigkeiten, c) in der bewertenden Phase. Im Kapitel werden auch Instruktionsanweisungen bearbeitet. Sie stützen sich auf Erkenntnisse und Erfahrungen, die bei der experimentellen Geltendmachung der angeführten Übungsmethode gewonnen wurden.

Die ungewöhnlich komplizierte Aufklärung psychischer Mechanismen hat dem Autor nebst Nutzung der bestehenden Erkenntnisse aus der Literatur auch die Durchführung vieler ursprünglicher und experimenteller Explorationssonden in die zu erforschende Problematik abverlangt. Die diesbezüglichen Resultate (einschliesslich einer kurzgefassten Charakteristik der angewandten Forschungsmethode) wurden im Buche in gesonderten kleinen Textrahmen angeführt und zwar so, dass sie an den Inhalt der einzelnen Kapitel anknüpfen ohne sich zu überdecken oder sich zu wiederholen. Die Publikation spricht sowohl die Theorie als auch die Praxis an, sie ist für Mitarbeiter des Gesundheitswesens in Bereichen der Beratungsstellen, der Aufklärung und Erziehung wie auch für den Gebrauch der breiten Öffentlichkeit bestimmt.

VYSVETLIVKY NAJČASTEJŠIE POUŽÍVANÝCH SKRATIEK A ZNAČIEK

d	rozdiel
df	vzťah definovania
f	frekvencia
H_o	nulová hypotéza
N	počet probantov — subjektov — skúmaných osôb
p. č.	poradové číslo
P	pravdepodobnosť (napr. platnosť hypotézy)
R	Relatio (vzťah)
r	Pearsonov korelačný koeficient
r_s	Spermanov poradový korelačný koeficient
s	smerodajná odchýlka
S je P	subjekt-predikátová formula
T	trieda delenia
t	test štatistických hypotéz
$\bar{x}$	vážený aritmetický priemer
χ^2	chí-kvadrát
Σ	súčet, suma
<	P < 0,05, t. j. pravdepodobnosť platnosti nulovej hypotézy je menšia ako 5 %
>	P > 0,05, t. j. pravdepodobnosť platnosti nulovej hypotézy je väčšia ako 5 %
♂	označenie mužského pohlavia
♀	označenie ženského pohlavia
→	implikácia

VECNÝ REGISTER

adekvátnosť 58
agitácia 100, 101, 184, 286, 294
afilácia sociálna 132
altruizmus 228, 229
analógia 183, 184
analýza 72, 73, 74, 77, 90, 91, 113, 125, 266, 267, 268, 275
— asertorická 90, 91
— atributívna 90, 91
— denotatívna 73, 74
— diferencujúca 267
— dezignačná 90, 91
— empatická 266
— faktorová 125
— kondicionálna 113
— odpovedí 275
— rezultatívna 268
— spätnoväzbová 90
— —, redundancia 90
— účinnosti 77
— zrozumiteľnosti 72
antiklimax 248, 249, 250, 251
antitéza 160, 161, 162, 269, 278, 279, 308, 318
— diferenciačná 160
—, presvedčovanie ignorovaním 279
— problémová 160
— úplne protikladná 160
anxiozita 132
apel 270, 271, 270, 271, 272, 273, 274, 275, 267, 298, 315
— direktný 273
—, forma 272
apel, forma slovná 272
—, indirektný 273
— kladný 271
— kombinovaný 273
— na fantáziu 271
— na svedomie 272
— opytovací 274
— persuázny 273
— sociálny 272
—, spôsob vyjadrovania 271
—, uplatňovanie 270, 276
—, vetná forma 273
— záporný 271
argumentácia 36, 129, 251, 252, 253, 271, 276, 288, 305, 315, 316
argumenty 35, 155, 157, 172, 173, 174, 175, 176, 177, 178, 179, 180, 181, 182, 183, 184, 185, 186, 187, 188, 189, 191, 192, 193, 194, 195, 198, 202, 205, 208, 210, 211, 236, 245, 246, 247, 248, 250, 251, 252, 253, 254, 270, 276, 279, 284, 286, 292, 298, 305, 306, 315, 321
—, akceptabilita 190
— analogické 184
— deduktívne 180, 182
—, druhy 190
— emociálne 185, 186, 187, 188, 189, 270
— faktické 173, 174
—, formulovanie 171
— hodnotiace 35
— induktívne 182, 183
— jednostranné 252
— kladné 193, 198, 252

argumenty, mravné kvality 179
— neosobné 178
— nepravdivé 181
— neuznávané 177
— odvodené 179
— osobné 178
— podporné 194
—, poradie 251
— poznatkové 35
— presvedčivé 173, 174, 182
— racionálne 270
— sprostredkované 175
— svedecké 176, 177
— špecifické 192
— všeobecné 192
—, vzájomné pôsobenie 189
— záporné 193, 198, 252
atraktívnosť 121
autopersuázia 300, 301, 303, 304, 305, 306, 307, 308, 309, 310, 311, 312
—, druhy 300
—, fázy 301
—, — postpresvedčovacie 301
—, — simultánne 301
—, — sukcesívne 301
—, — metódy cvičné 312
— spontánna 303
—, spôsoby 306
autoregulácia 22, 108, 125, 200
autosugescia 224
averzia 121

bagatelizovanie problému 276

cieľ 233, 234, 235, 237, 238
— celkový 238
— čiastkový 238
—, diferenciácia 237
— dočasný 237
— náhradný 237
— nezámerný 235
— odkrytý 237
— presvedčovania 233, 237
—, špecifikácia 233, 237
— trvalý 237
— všeobecný 237
— zámerný 235
— zastretý 237
city 56, 57, 58, 59, 60, 61, 62, 121, 122
— etické 62
— morálne 61
— záporné 61
—, vzťah k poznaniu 58
—, — k hodnoteniu 61
cvičenie teoretické 314, 316
— —, metódy situačné 314
—, formulovanie 171
— praktické 316

demonštrácia 33
denotácia 72
depersonifikácia 168, 169, 178
— téz 168
disimilarita 149, 151, 153, 154
disonancia kognitívna 134
domnienka 26, 27, 28, 29
dokazovanie 27
donucovanie 18, 19
— nepriame 18, 19
— priame 18, 19
dôkaz 27
dôsledok 26
dôvera 200, 201, 202, 203
dôverivosť 204, 205
dôvod 20
dyáda 115, 122, 126, 170, 226, 262

efekt 294
— perspektívnosti 294
— spoluúčasti 294
emócie 56, 57, 58
empatia 266
eristika 96
exemplifikácia 37
exercitácia 38, 39
exteriorizácia 282, 283, 284
—, vyznanie 283
—, zaviazanie sa 283
—, zdôverenie 283
extraindikátor 128
extrémnosť 141

fakt 34, 35, 62, 82, 103, 174, 175, 292
—, hodnotenie 35
—, pochopenie 34
—, selektívnosť 174
faktor 125, 126, 154, 155, 205, 206, 212, 218, 220
—, blízkosť 212
— disimilarity 154
— dynamickosti 205, 206
—, individuálna skúsenosť 220
— hodnovernosti 206
— istoty 205, 206
—, kompletizácia 212
—, kontext 220
— kvalifikácie 205, 206
— odbornosti 206

faktor persuázie 155
— presvedčiteľnosti 125, 126
— presvedčovania 155
— —, argument 155
— —, téza 155
—, príbuznosť 212
— similarity 154
— sociálneho statusu 154
fanatizmus 52
fáza hodnotiaca 319, 320
— rekongnoskačná 317
— —, analogizácia 317
— —, inventarizácia 317
— —, konfrontácia 317
— —, substitúcia rol 317
— simulovaných činností 318
— — —, tréning extenzifikačný 319
— — —, — persuázny 318, 319
frekvencia 140
— postojov 140
frustrácia 185

hodnotenie 21, 29
— objektívne 29
— subjektívne 29
hodnoty 62, 63
— nepoznané 62
— poznané neuznávané 62
— uznávané neželané 63
— želané 63
hodnovernosť 206, 207, 208
humor persuázny 277
hypotéza 26, 118, 281
— disonančná 281
— posilnenia 281

charakteristika 172, 173
— identifikačná 173
— numericko-vzťahová 173
— objavná 172
— overovacia 173
— ovplyvňovacia 173

indikátor vekový 128
— vonkajší 128
indukcia 182
— neúplná 182
— úplná 182
infiltrovanosť postojov 145
informácia 77, 78, 79, 80, 81, 82, 85, 87, 90, 91, 104, 121, 130, 156, 157, 158, 164, 172, 181, 185, 190, 206, 207, 208, 209, 216, 218, 237, 238, 246, 247, 250, 251, 255, 289
informácia dvojstranná 251
— jednostranná 250, 251
inkonzistentnosť 134
inokulácia 246
inscenovanie správania 288, 289
intencionalita, cieľ 222
— persuázie 222
—, zameranosť 222
intenzita postojov 139, 140
interindikátory 130
—, inteligencia 130
—, panovačnosť 130
—, sociabilita 130
interiorizácia 22, 282, 283
interkonektívnosť postojov 144
intervencia 280
intraindikátory 130, 131, 133
— bezprostredné 133
—, „ego-zameranosť“ 130, 131
—, extrapunitívnosť 131
—, hostilita 131
—, inteligencia vyššia 130
— podmieňujúce 130
— sprostredkujúce 133
introspektácia 216, 217
inventarizácia 317
irónia, požiadavky 277, 278
— výchovné 277
—, znak 277
istota 23, 24, 25, 26, 27, 44, 51

klimax 248, 249, 250, 251
komunikácia 78, 84, 85, 86
— expresívna 84
— persuázna 78, 89
komunikatívnosť 158
konflikt 59, 60, 226, 238, 304
— interpersonálny 238
— intrapersonálny 238
konfrontácia spätnoväzbová 87
konsonantnosť 134
kontext 220
kontradiktívnosť 160
kontrapersuázia 283
konzistentnosť 134
kritérium 28
— pravdivosti 28
— správnosti 28
korelát 126

metodika 245, 325, 326, 327, 329, 331, 333, 334
— indirektného pôsobenia 276

metodika interogatívneho presvedčovania 254, 256, 260, 261, 262
– intervenujúcich vplyvov 280, 288, 289, 290, 291
– kladných odpovedí 262, 266, 268
– presvedčovania 279
– prezentovania argumentov 245
– proponovania riešenia 291
– riadeného opytovania 256, 257
– Sokratova 258
– umiesfovania argumentov 247
– výskumu 325
– – AUA 333
– – OA 329
– – PFT 326
– – PGF 334
– – OOZ 331
– – TOA 327
– – VSS 325
– uplatňovanie apelov 270, 275, 276
metódy autoregulačné 308
– autopersuázie 241, 300, 312, 314, 316, 322
– –, cvičenia 32, 33, 38, 39, 40, 312
– –, – praktické 316
– –, presvedčovania 312
– cvičné 312
– demonštrácie 33
– exemplifikácie 37
– exercitácie 40
– hrania rolí 322
– inscenačné 322
–, objasňovanie 31, 32, 34
– ovplyvňovacie 32, 41, 106, 241, 278, 293
– persuázie 31, 32, 40, 42, 95, 104, 105, 106, 109, 241
– presvedčovania 32, 39, 40, 41, 70, 95, 104, 106, 110, 116, 117, 121, 127, 129, 243, 246, 293, 294
–, príklad 31, 32
– protipríkladu 270
– psychagogiky 106
– punitatívne 122
– situačné 216
– systematickej variácie 125
–, sugescia 31, 32, 35, 41
– vysvetľovania 278, 293
mezoklimax 250, 251
mienka 66
– verejná 279
motív 63, 64, 65
– činnosti 63
– konzekventný 66, 67
motív potenciálny 66, 67
– presvedčovania 66

nadväznosf, odlišnosf persuázie 31
– – –, demonštrácia 33
– – –, exercitácia 38
– – –, exemplifikácia 37
– – –, klarifikácia 34
– – –, sugescia 35
napodobovanie 37, 38
– nezámerné 38
– zámerné 38
následok 20
nedôvera 202, 203
nemorálny 30
nepravda 29
nesprávnosf 30
neutrálnosf 141

objasňovanie 34
objektívnosf 30
odbornosf 205
odhad subjektívny 25
odlišnosf 31
orientovanosf postojov 144
osobnosf 117, 124
–, autoregulácia 125
– persuádera 117
– recipienta 124
–, sebahodnotenie 132
otázky 256, 279
– fixujúce 261
– prehlbujúce 261
– pripomienkujúce 260
–, typologizácia 258
–, uplatňovanie 256
ovplyvniteľnosf 124, 125
ovplyvňovanie 22, 26, 33, 34, 35, 41, 42, 59, 79, 94, 98, 106, 107, 110, 116, 125, 128, 138, 201, 211, 214, 217
– exemplifikáciou 37
– exercitáciou 39
– nonverbálne 33
– persuáziou 37, 38, 39
– psychické 36
– sugestívne 36
– vnútorné 105
– vonkajšie 105

percepcia 208, 210, 211, 213, 216, 219, 220, 322
– extrospektačná 219
–, význam 208

personifikácia 166
persuáder 16, 42, 84, 93, 113, 115, 116, 117, 118, 121, 122, 123, 126, 130, 131, 132, 141, 142, 144, 146, 149, 150, 152, 153, 155, 157, 158, 162, 163, 167, 168, 171, 176, 179, 188, 205, 206, 207, 210, 212, 213, 214, 216, 226, 229, 233, 234, 235, 237, 238, 268
—, kódovateľ informácie 79
—, osobnosť 117
—, presvedčivosť 119
—, prífažlivosť 120
—, sila presvedčiteľnosti 121
— sofistický 123
—, úprimnosť 119, 120
persuázia 15, 17, 31, 33, 34, 36, 37, 39, 42, 49, 70, 73, 74, 77, 82, 83, 93, 95, 97, 99, 101, 104, 105, 106, 108, 109, 113, 115, 119, 122, 123, 129, 151, 155, 164, 166, 172, 185, 188, 200, 201, 207, 216, 222, 224, 225, 227, 230, 232, 233
—, činitele 115
—, delenie 42
—, faktory 155
—, intencionalita 222
—, klasifikácia 42
— nadväznosť 31
—, odlišnosť 31
—, pojmy etické 201
—, pôvod 93
—, predpoklady 200
—, princípy 16, 17, 300, 316
—, proces komunikačný 70
pojem 54
—, mienka 54, 55, 56
—, názor 54
postoje 133, 137, 138, 140, 141, 143, 144, 145, 146, 147, 148, 154, 158, 189, 193, 194, 195, 196, 198, 223, 224, 225, 231, 234, 235, 236, 238, 243, 246, 254, 263, 278, 279, 283, 284, 285, 286, 293, 305, 309
—, ego-defenzívnosť 143
— emociálne 223
— extrémne 141, 142
—, frekvencia 140
— funkčné 142
— inkonzistentné 134
— — nestabilné 134
—, intenzita 139
— intenzívne emociálne 145
—, interkonektívnosť 144
— iracionálna infiltrovanosť 145
— kladné 135
postoje kongitívne 223
— konatívne 223
— konzistentné 134
— medziosobné 139
— nevyvážené 136, 138
—, orientovanosť 144
—, potrebnostno-hodnotová orientovanosť 144
—, socio-tranzitívnosť 144
— vyvážené 136, 137, 139
—, vyváženosť 135
— záporné 135
potreba 51
pragmatizmus 30
pravda 29, 30, 44, 45
— evidentná 44
— objektívna 30
— subjektívna 29, 44
pravdepodobnosť objektívna 25, 26
— subjektívna 25, 26
pravdivosť 27, 28, 29, 36, 120
predsudok 145, 146, 147, 148, 149
—, zainteresovanosť osobná 146
—, znaky 145
presvedčenie 13, 17, 18, 20, 21, 22, 23, 24, 26, 27, 28, 29, 35, 39, 43, 44, 45, 46, 47, 50, 53, 54, 55, 60, 62, 100, 101, 103, 104, 105, 108, 110, 124, 175, 229
—, činnosť vnútorná 66
—, — vonkajšia 67
—, emociálna zložka 56
— emociálne 48
— empirické 43
— formujúce 48
— instabilné 47, 48
—, motív činnosti 63
— nepravdivé 44
— neskrývané 46
— neželané 47
— obyčajné 45
— odvodené 45
— pravdivé 44
— racionálne 48
—, racionálny základ 52, 53, 61
— spontánne 48
— stabilné 47, 48
— teoretické 43
— utajené 46
— vedecké 45
— základné 45
— zámerne utvárané 48
— zrelé 48
— želané 47
presvedčenosť 51, 99, 106

presvedčenosť deformovaná 103
— skutočná 102
presvedčivosť 74, 75, 125, 126, 130, 132, 133
—, bezprostredné ukazovatele 132
— neviazaná 125
—, ukazovatele 128
— viazaná 125
presvedčivosť 74, 75, 117, 124
— neviazaná 125, 126
— všeobecná 125
presvedčovanie 13, 16, 17, 19, 20, 21, 22, 24, 27, 28, 29, 31, 34, 36, 38, 39, 41, 42, 49, 50, 57, 58, 63, 75, 76, 77, 93, 94, 95, 98, 99, 100, 103, 104, 105, 106, 107, 109, 115, 116, 117, 118, 124, 125, 127, 128, 130, 131, 132, 136, 139, 140, 147, 151, 154, 155, 156, 160, 162, 171, 177, 178, 179, 184, 192, 199, 200, 206, 207, 210, 213, 216, 217, 222, 224, 225, 228, 229, 230, 235, 237, 238, 241, 243, 244, 245, 254, 256, 257, 258, 260, 261, 262, 263, 265, 266, 268, 270, 276, 277, 278, 279, 281, 282, 283, 284, 287, 290, 291, 293, 294, 295, 298, 299, 300, 301, 309, 312, 313, 314, 315, 318, 321
— bezprostredné 42
—, cieľ 232
—, dôvera 200
— dvojsmerné 42, 43
— dyadické 42
— — nepriame 42
— — priame 42
—, humor 277
— interogatívne 254
— jednosmerné 42, 43
—, možnosti 106
— náhradné 237
— noscentrické 229
—, obmedzenia 106
— pôvodné 237
—, rozvoj 100
—, sebapresvedčovanie 41, 42
— skupinové 42
— — nepriame 42
— — priame 42
— sprostredkované 42
—, stav pohotovosti 49
—, — vedomia 49
—, uplatnenie 100
—, vnímanie seba 216
—, znaky 300, 316
príčina 20
príjemca 83, 84, 87
príjemca dekódovateľ informácie 83, 85
princípy diferencujúce 17
— —, dobrovoľnosť 16, 17, 38
— persuázie 16
— —, uistenosť 16, 17, 36, 42, 95
— —, zainteresovanosť 16, 17, 96
— —, zdôvodnenosť 16, 17
— —, zúčastnenosť 16, 17, 36, 42, 95
prístupnosť 293
posilňovanie 280
poznanie 21
— skutočnosti 29
— — empatické 29
— — intnitívne 29
— — predexaktné 29
poznatok 27
poznávanie 27, 29
pôsobenie persuázne 36
— sugestívne 36
proces 70
— komunikačný 70, 77
propaganda 100, 115
protiargumentácia 128
protipríklad 269, 270
pseudokomunikácia 83, 84
psychagogika 106

recipient 16, 17, 19, 21, 33, 38, 42, 84, 86, 93, 106, 113, 115, 116, 119, 120, 121, 125, 127, 128, 130, 131, 132, 139, 141, 142, 144, 148, 149, 150, 151, 152, 153, 154, 155, 156, 157, 158, 161, 162, 163, 165, 167, 168, 171, 172, 176, 177, 178, 185, 189, 200, 208, 210, 212, 215, 218, 225, 226, 238
—, osobnosť 124
—, ovplyvňovanie 125
redundancia 90
represia 311
riskantnosť 25
— objektívna 25
— subjektívna 25
rétorika 96, 97, 99, 100, 115, 188, 247
rivalita 230

sebahodnotenie 132
sebaovplyvňovanie 311
selektívnosť faktov 174
schvaľovanie 260
silogizmus 180, 181
similarita 149, 150, 151, 152, 153
situácia 25, 26
— neurčitá 25, 26
— otvorená 25

skepsa 24
socio-tranzitívnosť 144
spochybňovanie 259
—, opytovanie sa na absurdné 260
— otázkami 259
spoľahlivosť 205
spôsoby 315
— neefektívne 315
— pofiderné 315
správnosť 27, 29, 30
substitúcia 166, 167, 170
— čiastková 166
— mediátormi 166, 167
— predmetmi 166, 170
— skupinami 166, 167
— úplná 166
súdy apodiktické 163, 164
— asertorické 163, 164
— problémové 163, 164
sugescent 36, 37
sugescia 22, 35, 36, 37, 39, 41, 128, 224, 238
sugestor 35
súperivosť 230

teória hodnotenia 21, 29
— komunikácie 72
— poznania 21, 27, 28, 29, 31
téza 155, 156, 157, 158, 160, 162, 163, 164, 166, 168, 169, 170, 171, 172, 175, 175, 176, 177, 178, 193, 194, 198, 223, 308
— aplikačná 157
— bezsubjektová 170
— čiastková 157
—, depersonifikácia 168
— diferenciačná 161
—, formulovanie 156, 162
— nepravdivá 155
— odsubjektivizovaná 171
— pravdivá 155, 172
— problémová 162
— presvedčovania 166
— poučenia 166
— protikladná 160, 161, 162
— úplná 157
— východisková 166, 170
— vysvetľujúca 157, 166
tréning 318, 319, 322
— extenzifikačný 319
tréning persuázny 318, 319, 320, 321, 322

účinok 20
uisťovanie 26
ukazovatele 128, 130, 132
— osobnostné 128
— presvedčiteľnosti 128
— — bezprostredné 132
— vnútorné 130
— vonkajšie 128
uistenosť 23, 24

vedomosti 53
vierohodnosť 205, 208
—, faktor dynamickosti 205
—, — istoty 205, 206
—, — kvalifikácie 205, 206
—, — spoľahlivosti 206
—, odbornosť 205, 206
—, spoľahlivosť 205
vnímanie 215, 216, 217, 218
— druhých 217
— nespokojnosti 218
— podprahové 215
— seba 216, 217
— spokojnosti 218

zákon 160
— postačujúcej pravdepodobnosti 25
zameranosť 224
— altercentrická 228
— egocentrická 227
— interpersonálna 226
— osobnostná 224, 225
záujem 258
zdôvodnenosť 27
zdôvodňovanie 27, 28
znaky persuázie určujúce 17, 19, 22, 23, 27, 300, 316
— — —, dobrovoľnosť 16, 17, 19, 22, 23, 27, 300, 316
— — —, uistenosť 16, 17, 23
— — —, zainteresovanosť 16, 17, 19, 117
— — —, zdôvodnenosť 16, 17, 27
— — —, zúčastnenosť 16, 17, 117
zrejmosť 33
zúčastnenosť interiorizačná 22

MENNÝ REGISTER

Akmambetov 30, 43, 103, 108
Alexandrov 94
Alexy J. 76
Allport 35, 49
Andersen 203, 204
Andrejev 124
Aristoteles 95, 174, 184, 205
Artemov 91, 92

Badmajev 100
Bach G. R. 290
Bachrach 215
Bakoš 63, 103, 105
Bales 79, 80
Ballachey 104
Bandura 37
Belinskij 70, 294
Berlo 205
Bernard 132
Bodalev 211, 220, 221
Borák 322
Brembeck 19, 78, 80, 94, 130, 132, 179, 185, 188, 207, 214, 233
Broadbend 81
Brown 90
Brožík 21, 55
Břicháček 25, 26

Caesar 97
Carlsmith 282
Carnegie 287, 314
Cato 97
Cicero 97
Clauses 106
Cohler 124
Correll 213
Cranach 284
Crutchfield 104

Čáp 84, 311
Čedík 106
Černocký 27, 43

De Fleur 186
Demokritos 96, 97
Demostenes 97
Deutsch 204, 229, 230
Diogenes 177
Ditles 132
Dodonov 58
Dolard 37
Donavan 204
Dubois 98
Duchovnyj 57
Dytrych 311

Ďurič 104

El-Assal 186
Ellis 50
Engels 17
Eršov 120, 129, 132, 193, 194, 198, 199
Euklides 96
Euthydemos 94
Ezop 308

Feshbach 186, 187
Festinger 282

Field 130
Filkorn 54, 173, 174
Fine 131
Frankel 50
Freedman 130, 131
Furbay 214

Gallob 132
Garczyński 228, 288
Gerard 154
Gerstmann 59, 61
Goldberg 151, 153
Goodenoghová 84
Gottschaldt 217
Governale 186
Grác 62, 82, 104, 218, 267
Graham 126

Haiman 215, 269
Hájek 124
Hargašová 261
Haring 23, 80, 105, 119, 272, 281, 293, 300
Hegel 175
Helus 38, 45
Heveroch 29, 100
Hiebsch 87, 104, 148, 211, 284, 286
Hilldreth 119
Homér 70
Homola 26, 65
Horák J. 76
Hovland 130, 205, 207, 250, 284, 294, 295, 301
Howard 132
Howell 19, 78, 80, 130, 179, 188, 207, 214, 247
Hus 97
Hviezdoslav 90
Hyhlík 35, 56, 280
Hyman 129

Charlamov 103, 107

Irle 284
Isokrates 97

Janis 125, 129, 130, 186, 187, 205
Janoušek 79, 80, 294
Jedináková 57
Jermolenko 84, 90
Jones 154, 186
Jurovský 217

Kant 175
Katz 126
Kelley 205
Kelman 118, 124
Key 215
Klaus 23, 72
Klein 205
Kline 192
Kochová 284
Kolbanovskij 100
Komenský 97
Kon 17, 20, 62, 63, 98, 200, 203, 222
Kondáš 98, 105
Kondratenko 91
Korax 97
Koščo 105
Kováč 24
Kovalev 27, 105, 106, 107, 109, 119, 123, 203, 225
Kovalíková 217
Kráľ Fr. 76
Kratochvíl 124
Kraus 186
Krech 72, 104, 147, 174, 189, 253, 283, 295
Krupská 107
Kruteckij 44, 129
Křivohlavý 71, 72, 86, 179, 204, 211, 226, 229, 231
Kulikov 35, 208, 300
Kuznecov 100, 107, 118

Landa 105
Lee 71
Lemert 205
Lenin V. I. 44, 58, 124, 182, 201
Le Ny J. F. 70
Leontiev 21, 57, 64, 65, 71, 280, 283, 292
Lerner 22, 35, 54, 298
Leventhal 186
Levi 23
Linhart 25
Linton 126, 130
Lumsdaine 250
Lund 254
Luther 97
Lysias 97

Machiavelli Niccolo 98
Macková 26
Makarenko 39, 40, 123
Malatinová 26
Marko 217
Marlowe 205
Maslov 24
McClintoc 230
McCormick 81
McCroskey 202, 246
McGiuniss 19

McGuire 124, 235, 246, 252
Mc Luhan 80
McReynolds 152
Melanchton 97
Menčinská N. A. 17
Mendel 294
Mertz 205
Messick 230
Miller 37, 152
Milton 123, 131
Minnick W. C. 99
Mistrík 74, 98
Mjasiščev 105
Molière 277
Moore 30
Moravcová 81
Morozov 87
Mosier 86

Nakonečný 35, 54, 56, 104, 109, 134, 147, 189, 207, 211, 280
Nejmark 57, 68, 105
Novák 291
Nožin 87, 100, 118, 158, 160, 172, 182, 184, 247, 262, 269, 292, 294
Newton 177

Olbrecht-Tytec 210
Okun 16, 19, 21, 24, 26, 27, 43, 45, 46, 49, 101, 109, 125, 175, 213, 233, 300
Ostemeier 122, 179

Pakard V. 18
Pardel 21, 56, 63, 64, 65, 217
Parygin 35, 104
Pavlík 103
Pekelis 82
Perelman 210
Perikles 181
Pešinová 45, 49, 100, 108, 118, 129
Petrovskij 65, 68
Pietrasiński 189, 322
Pisarev 277
Podgoreckij 246, 254
Popov 123, 188, 272
Poršnev 167
Powell 186
Powl 70
Pozdňakov 21, 22, 100, 118
Puškin 71
Pytagoras 177

Quintilianus 97

Rapport 204, 231
Rasnov 247
Rosenbaum 283
Roščin 215
Rotter 204
Rozentaľ 18, 28, 52, 54, 67, 100, 222
Rubinštejn 217
Rudnianski 222
Ruesch 83
Rybár 122, 123, 174, 184, 247, 277

Savonarola 97
Shaw 82
Sheatsley 129
Shiffield 250
Schramm 91
Sidney 132
Sinclair Upton 295
Singer 186
Skinner 50
Slejška 54
Smith 58
Sokrates 94, 95, 96, 232, 257, 258
Stepanov 87
Strogovič 95, 163

Šakirová 104
Šepel 178, 256, 263, 264, 266, 268, 314
Šerkovin 185
Šimerka V. 99
Šipkovský 82
Šípoš 84, 92
Šolc 100, 118, 129
Švarcman 30

Talin 205
Tannenbaum 121, 140, 263
Teisias 97
Thistlethwaite 294
Thompson 117, 119, 130, 132, 186, 189, 204, 205, 210, 215, 226, 245, 246, 254, 280, 295
Thops 130

Vaněk 15, 21, 33, 100, 103, 105
Vikari 215
Vondráček 60
Voroncov 82, 83, 247, 251
Vorwerg 87, 104, 148, 211, 286
Vudson 193
Vygotskij 282

Walters 37
Ward 130
Weiss 131, 151, 207, 301
Wills 119

Winans 214
Wolfe 186
Woodworth 219
Wrightman 204

Zachoval 44, 100
Zajonc 229
Záturecký 192
Zinčenko 86
Zúbek Ľ. 76

Ždiarsky K. 97
Žuravlev 17, 45, 68, 108

doc. PhDr. JÁN GRÁC, CSc.

PERSUÁZIA

OVPLYVŇOVANIE ČLOVEKA ČLOVEKOM

Vydalo Vydavateľstvo Osveta, n. p., Martin roku 1985 ako svoju 2697. publikáciu

Prebal a väzbu navrhol Peter Ďurík

Šéfredaktor vydavateľstva Bohuslav Kortman. Zodpovedná redaktorka PhDr. Eva Hatarová. Technická redaktorka Veronika Kramárová. Korektorka Mária Chrenová

301—08/31. Vydanie 1. Náklad 3000. Počet strán 376. AH 28,91 (textu 28,34; obrázkov 0,57). VH 29,44. Vytlačili Tlačiarne Slovenského národného povstania, n. p., závod Neografia, Martin. SÚKK 1823/I. — 84

70—042—85 Kčs 34,— 85.7