

Raționalitatea în formarea impresiilor

3 martie 2011

Bogdana Humă
Doctorandă
Școala doctorală de sociologie
Facultatea de Sociologie și Asistență Socială
Universitatea din București

Tema raționalității în discursul științific despre formarea impresiilor se centrează cel mai des pe identificarea erorilor cognitive care populează percepțiile și atribuiriile observatorilor. De asemenea, sunt evidențiate și analizate o serie de scheme cognitive și euristici frecvent utilizate în formarea impresiilor. Toate aceste fenomene par să indice abateri de la un traseu rațional al percepției persoanei sugerând, mai degrabă, un labirint de decizii slab sau neconștientizate și automate, astfel încât acuratețea primei impresii atestată experimental de nenumărate ori ar trebui pusă sub semnul întrebării.

Raționalitatea reprezintă unul dintre conceptele centrale în abordarea comportamentelor și interacțiunilor umane din perspectiva cogniției sociale, domeniu care subsumează percepția socială și a persoanelor și, implicit, fenomenul formării impresiilor. Abordările care s-au succedat în această sferă au pornit de la constatările unor cercetători precum Fritz Heider (1958), Leon Festinger și James Carlsmith (1959), Charles Osgood și Percy Tannenbaum (1955) care au relevat căutarea neîncetată a consistenței cognitive care animă individul și acțiunile sale. Această viziune a fost treptat înlocuită de o alta mai favorabilă care portretizează individul ca fiind un „om de știință naiv”, ce procedează cvasi-experimental în încercarea de a cunoaște, explica și prezice lumea înconjurătoare. Însă, zgârcenia cu care administrează resursele cognitive limite îl conduce la concluzii greșite în interpretarea fenomenelor observate și astfel, el își pierde din credibilitatea științifică, devenind un „avar cognitiv”. Cea mai recentă abordare reabilitează individul, considerându-l, mai degrabă, un „tactician motivat”, care discriminează între evenimentele cu care se confruntă, alocând prețioasele resurse cognitive doar în situațiile în care motivele subiective indică importanța unei analize raționale. În caz contrar, informațiile sunt procesate pe calea periferică, populată de mecanisme decizionale bazate pe motivație și emoție. Această ultimă viziune integrează rezultatele cercetărilor efectuate în paradigmele anterioare, împăcând „omul de știință naiv” cu „avarul cognitiv” care se dovedesc a fi, de fapt, una și aceeași persoană, însă în situații diferite (Fiske și Taylor, 1991).

Cele patru paradigme pornesc de la premiza implicită că scopul observatorului ar fi interpretarea corectă a realității sociale, presupunând că există o asemenea interpretare, chiar dacă ea pare a fi greu sau chiar imposibil de validat. Astfel, aceste paradigme se află în consonanță cu teoria alegerii raționale (Boudon, 2003) care postulează adecvarea mijloacelor la scopuri și care taxează orice rezultat suboptimal din acest punct de vedere. În rama teoretică actuală, observatorul, ca tactician motivat se comportă rațional când se angajează în procesul de formare a impresiilor, având în vedere nu numai alegerea potrivită a mijloacelor prin care își va atinge scopul, ci și eficiența acestora.

Însă, o altă direcție de abordare a fenomenului aduce în discuție dimensiunea conștientizării și automatizării formării impresiilor. Inițial Solomon Asch (1946) și Norman Anderson (1965) asumau ca implicită conștiența și raționalitatea acestui proces, punând în discuție mecanismele cognitive ale procesării informațiilor. Disputa structuralism – constructivism a rămas încă nerezolvată, devenind chiar irelevantă în comparație cu noile provocări lansate de elucidarea mecanismelor percepției persoanelor. Daniel Gilbert, Brett Pelham și Douglas Krull (1988) combină două modele propuse în literatura de specialitate, obținând trei etape ale percepției sociale: identificarea comportamentului actorului, realizarea inferențelor dispoziționale și corecturile acestora bazate pe luarea în considerare a factorilor situaționali. Cei trei autori sunt de părere că primele două etape au un caracter automat, fiind slab conștientizate, în timp ce în a treia fază intervine controlul voluntar al observatorului. Această afirmație este susținută empiric de două experimente care au dovedit faptul că distragerea atenției indivizilor în momentul în care își formează o impresie interferează cu

corecturile situaționale ale inferențelor, dar nu afectează niciuna dintre celelalte două etape. Asemănător, Cynthia Nordstorm, Rosalie Hall și Lynn Bartels (1998) au evidențiat faptul că o sarcină de auto-reglare dată unor intervievari interferează cu capacitatea acestora de a ține cont de caracteristicile situațiilor când își formează o impresie despre actorul interviuat, dar nu și cu decizia de angajare. Autorii explică acest rezultat prin faptul că cele două procese implică niveluri diferite de profunzime a analizei.

Leonard Newman și James Uleman (1989) diferențiază între inferențe dispoziționale spontane, neconștientizate și inferențe provocate, ambele putând fi prezente în formarea impresiilor. Primele par a popula frecvent, dar nu exclusiv, interacțiunile cotidiene, în timp ce a doua categorie reprezintă mai degrabă obiectul de studiu al cercetărilor privind formarea impresiilor. Autorii trec în revistă o serie de caracteristici evidențiate empiric ale inferențelor dispoziționale spontane. Ei relevă faptul că acestea apar neintenționat și pot fi influențate de trăsăturile de personalitate ale observatorului. Deși automate, inferențele spontane necesită resurse cognitive și pot fi subsumate unor scopuri. Nu în ultimul rând, focalizarea atenției pe detalii poate interfera negativ cu atribuirile dispoziționale, care au loc atât la nivel de trăsătură, cât și la nivel de comportament. În concluzie, Leonard Newman și James Uleman abordează un aspect aparent obscur al formării impresiilor, evidențiind faptul că fenomenul se păstrează în limitele raționalității, definite de această dată din prisma teoriei cognitiviste a acțiunii (Boudon, 2003). Lărgind astfel sfera accepțiunii raționalității pentru a include orice comportament consecvent cunoștințelor deținute de individ, inferențele spontane și impresiile care le înglobează pot fi etichetate ca raționale.

Din punct de vedere metodologic, această abordare poate avea numeroase consecințe. Ea mută interesul cercetătorilor dinspre evidențierea erorilor perceptiv și cognitive sau a capcanelor întinse de distragerea atenției către consonanța dintre impresia formată și cunoștințele observatorilor. De asemenea, se va putea renunța la presupunerea că individul îi percepe pe ceilalți cu scopul implicit de a-și forma impresii corecte. Astfel, se vor înlătura dificultățile de stabilire a unor criterii externe de validare a acurateții impresiilor. Nu în ultimul rând, această viziune ar putea găzdui un demers sociopsihologic de cercetare a percepției sociale prin contextualizarea ei în interacțiunile cotidiene dintre indivizi și focalizarea pe construirea în comun a semnificațiilor comportamentelor observate.

Bibliografie

- Anderson, Norman H. (1965). Averaging versus adding as a stimulus-combining rule in impression formation. *Journal of Experimental Psychology*, 70, 4, 394-400.
- Asch, Solomon E. (1946). Forming impressions of personality. *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 41, 3, 258-290.
- Boudon, Raymond. (2003). Beyond rational choice theory. *Annual Review of Sociology*, 29, 1-21.
- Gilbert, Daniel T., Pelham, Brett W. și Krull, Douglas S. (1988). On cognitive busyness. When person perceivers meet persons perceived. *Journal of Personality and Social Psychology*, 54, 5, 733-740.
- Heider, Fritz. (1958). *The Psychology of Interpersonal Relations*. New York: University of Kansas, John Wiley & Sons.
- Festinger, Leon și Carlsmith, James M. (1959). Cognitive consequences of forced compliance. *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 58, 2, 203-210.
- Fiske, Susan T. și Taylor, Shelley E. [1984] (1991). *Social Cognition*. New York: McGraw-Hill Inc.
- Newman, Leonard S. și Uleman, James S. (1989). Spontaneous trait inference. În J. Uleman și J. Bargh (eds.) *Unintended Thought* (pp. 155-188). New York: The Guildfords Press.
- Nordstorm, Cynthia R., Hall, Rosalie J. și Bartels, Lynn K. (1998). First impressions versus good impressions: The effect of self-regulation on interview evaluations. *Journal of Psychology*, 132, 5, 477-491.
- Osgood, Charles E. și Tannenbaum, Percy H. (1955). The principle of congruity in the prediction of attitude change. *Psychological Review*, 62, 1, 42-55.