

1 Aktitudeak zer diren

Aktitudeak aldatzea da, beraz, saio pertsuasiboen helburua. Zer da, ordea, konstruktio hori?

Ehundaka definizio saiatu izan dira aktitudearen kontzeptua hesitu eta mugatu nahirik. Pertsuasio ikerketek ia hasieratik hartu baitzuten kontzeptu hori ardatz gisa. Allportek, esaterako, 1930an.

Kontuak kontu, definiziorik eraginkor eta erabilgarriena honako hau izan daiteke:

Aktitudea: pertsona batek objektu jakin bati buruz duen ebaluazio afektibo orokor, ikasi eta iraunkor samarra.

Izaera ebaluatiboa du aktitudeak. Afektiboa da, beraz: gustuko dut/ez dut, alde nago/kontra nago. Hain zuzen ere, horretxek bereizten ditu aktitudeak gainerako elementu kognitiboetatik: uste, iritzi eta ikusmoldeetatik. Ebaluazio hori, ordea, objektu jakin bati erantsia dago: aktitudeak ez daude airean, objektuei erantzen dizkiegun post-it afektibo-ebaluatiboak direla esan daiteke.

Aktitudeak ikasiak dira. Objektu guztiekiko aktituderik ez dugu: axola diguten objektuei bakarrik erantzen diegu post-ita. Tungsteno feldespatoa ezagutu ezagutzen dut, izenez behintzat, baina ez dut aktituderik osatu, ez nago ez alde ez kontra, bost axola zait. Bikarbonato sodikoa, aldiz, aktitude objektua da niretzat: erantsi diodan post-itean nazka-ikur bat dago, txikitan gogoz kontra hartu behar izan nuelako hainbat aldiz, liseriketa errazteko edo.

Aktitudeak, aktitude izateko, iraunkor samar behar du. Bestondo ikaragarri nagoela ardoak nazka ematen badit, horrek ez du esan nahi ardoarekiko aktitude negatiboa dudarik. Une jakin bateko kontua bada, ez da aktitudea. Iraunkortasunarena, jakina, kontinuum bat da: aktitude guztiak ez dira berdin iraunkor. Auto marka batekiko aktitudeak eta euskararekikoak ez dute zer ikusirik iraunkortasunari dagokionez.

2 Aktitudearen osagaiak

Izaera afektiboa, ebaluazioa, da aktitudeak berezkoen duen ezaugarria. Hala ere, garbi dago nekez egingo dugula ebaluazio afektiborik ezagutzen ez dugun objektu batez.

Aktitudeak

Ebaluazioarekin batera, ebaluazioaren azpian nahiago bada, ezagutza bat dago. Batzuetan ezagutza txiki-txikia izango da, eta osagai afektiboa ikaragarri handia; beste batzuetan, ezagutzak puska handiagoa hartuko du... baina egon, beti dago aktitudetan osagai kognitibo gutxieneko bat. Aritu batzuek aktitudetaren definizioan sartzen dute osagai hori.

Publizitatea —nola komertziala hala politikoa— aktitudetan zentratzen da jeneralean, eta sekulako dirutzak gastatzen dira jendearen aktitudeak norantza jakin batean bideratzeko. Zergatik ote? Aktitudeak jokabidea bideratzen duela uste delako, jakina. Beraz, garbi dago aktitudetan badela, osagai afektiboa eta kognitiboarekin batera, beste osagai bat, aktitudea nola edo hala jokabidearekin lotzen duela, orientazio halako bat edo.

Aritu batzuek hori ere sartzen dute aktitudetaren definizioan. Hala, beraz, **hiru definizio modu** desberdin daude, definizioan aintzat hartzen diren osagaien arabera:

- **Hiru osagaikoak:** ezagutza (objektuari buruzko uste multzoa), ebaluazioa (objektuari lotutako sentimendu, emozio eta gogo-aldarte multzoa) eta jokabide (objektuarekiko ekintzak eta asmoak) – lotura.
- **Bi osagaikoak.** Jeneralean, ezagutza eta ebaluazioa hartzen dituztenak aintzat.
- **Osagai bakarrekoak:** hemen erabili duguna, esaterako, eta gaur egun gehien erabiltzen dena adituen artean.

Enpirikoki ez dago eredu bati edo besteari arrazoi osoa emateko motiborik. Aktitude-egitura izan liteke afektibo hutsa, osagai bakarrekoa, objektu horrekiko sinesteak gutxi eta sinpleak direnean, eta sineste horiek elkar ukatzen ez dutenean. Aldiz, sinesteak asko, konplexu eta kontrajarriak direnean, erantzun afektibo huts batek ez du aktitudetaren egitura osoa errepresentatzen ahal.

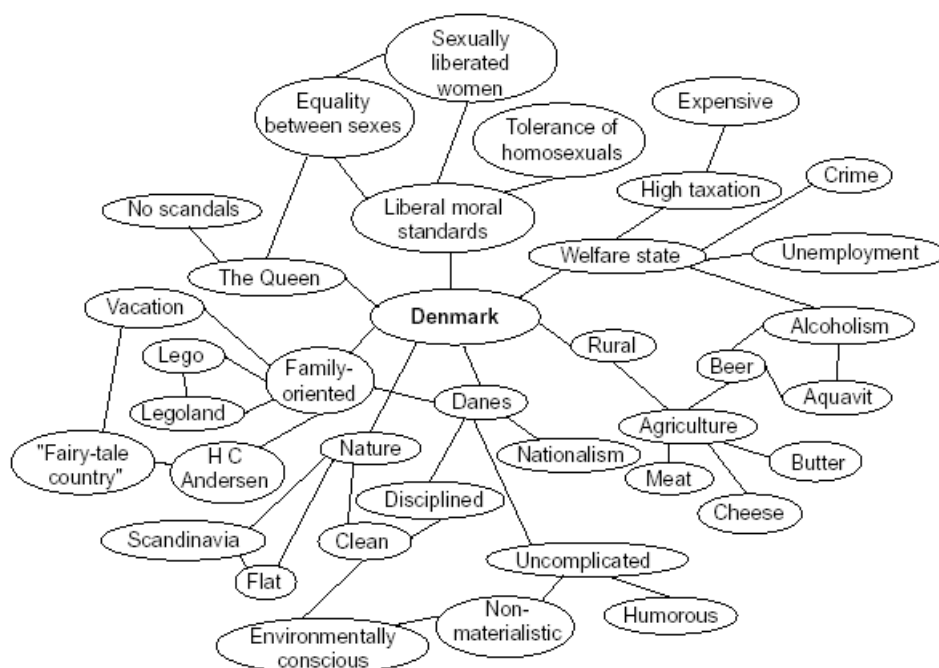
Objektu gehienak, batez ere garrantzitsuenak, sentimendu, pentsamendu eta esperientzia anitzekin lotuta egoten dira, bai positiboak bai negatiboak. Ebaluazio positibo edo negatibo orokorra adierazi ahal izaten badugu ere, aktitudea konplexuagoa izango da normalean, osagaien arteko gatazkekin. Aktitudeak prozesu desberdinen bitartez eratu ahal dira (kognitibo, emozional eta portaerazkoa), eta dimentsio bat edo batzuen bitartez

Aktitudeak

adierazi ahal dira. Aurrerago ikusiko dugunez, aktitudeei buruzko teoria desberdinek aktitudeak eratzeko bide desberdinak azpimarratzen dituzte.

Adibidez, ondorengo grafikoan, Alemaniari zein turkiarrei galdetuta, Danimarkari buruz aipatzen dituzten ideiak ageri dira¹:

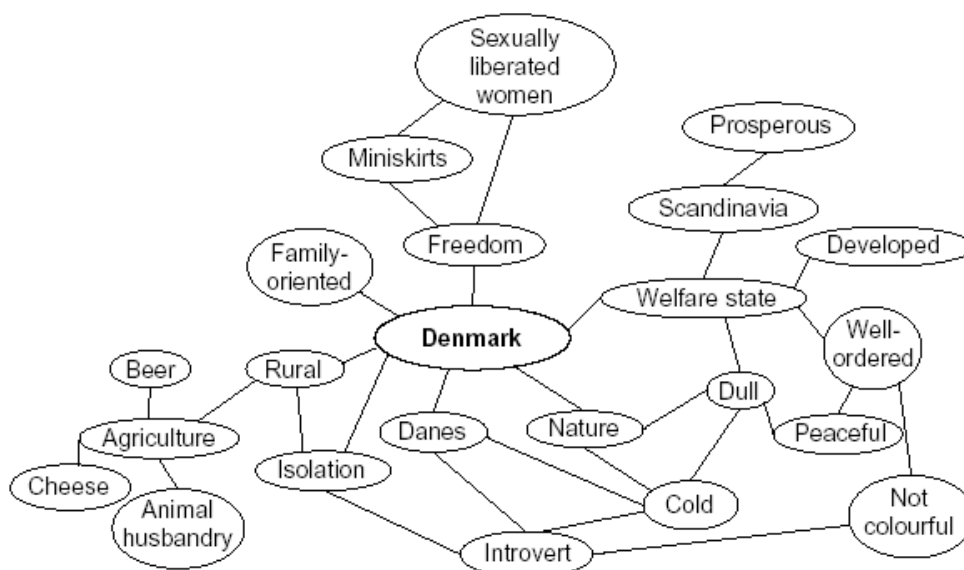
Danimarkari buruzko estereotipo-irudia alemaniarren artean



¹ Askegaard, Soren and Ger, Güliz (1997). Product-country images as stereotypes: a comparative study of Danish food products in Germany and Turkey. The Aarhus School of Business, MAPP, Working paper n° 45. <http://130.226.203.32/fbspretrieve/101/wp45.pdf> (2006-2-20).

Aktitudeak

Danimarkari buruzko estereotipo-irudia turkiarren artean



Aurreko eskemetan bai alemaniarrek bai turkiarrek Danimarkaz uste edo pentsatzen dutena ageri da. Elementu kognitibo horietatik haien aktitudearen dimentsio afektiboa inferitu daiteke, eskemetan irudikatuta ez dagoen arren.

Portaerazko osagaiaz galde genezake ere: aukera izanez gero, Danimarkara joango zinateke? Produktu batean *Made in Denmark* ikusiz gero, produktu hori nahiago izango zenuke beste bat baino? Erosiko zenuke?

Osagaien arteko gatazkak nabariak dira aurreko eskemetan. Ezaugarri positiboak eta negatiboak nahastuta agertzen dira.

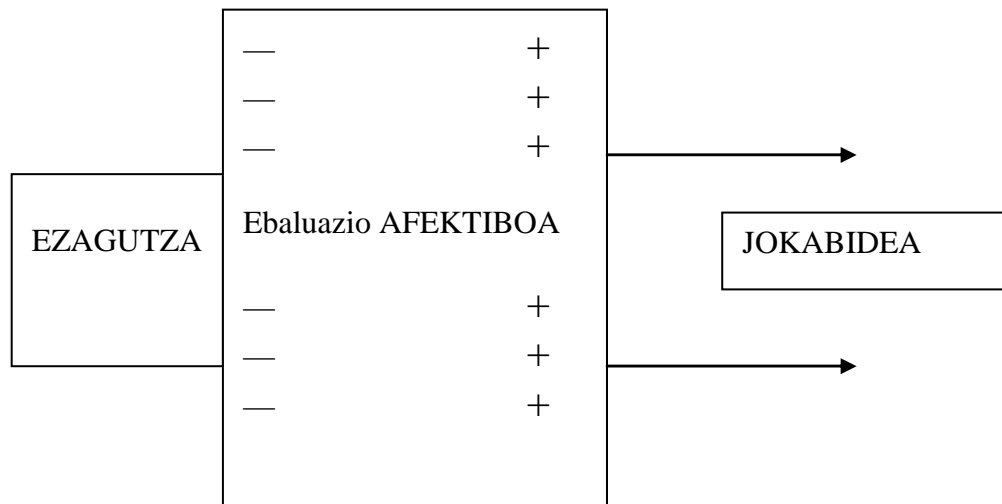
Aktitudeen dimentsioen arteko gatazka, salbuespena baino, araua dela esan liteke. Adibidez, pertsona batek hegazkinez bidaiatzeaz duen aktitudean ondoko osagai hauek ager litezke:

Garraiobide segurua dela sinetsi / hegazkinez bidaiatzeaz pentsatzearekin bakarrik beldurtzea / hurrengo oporretan hegazkinez joan opor lekura.

Gaur egun nagusitzen ari den ikuspegitik, berriz, osagai bakarreko eredua eta hirukoitza,

Aktitudeak

biak konbina litezke. (Fiske & Taylor, 1991). Hartara, aktitudea zera litzateke: Informazio kognitibo, afektibo eta konduktuanean oinarrituriko jarrera ebaluatibo orokor bat, zeinak era berean, kognizioetan, erantzun afektiboetan, jokabide-asmoan eta jokabidean berean eragin dezakeen (Zanna & Rempel, 88). Definizio hori onartzen baldin bada, onartu beharko da osagaiok ez direla zer independenteak, baizik eta, aitzitik, elkarren arteko erlazio estuan daudela, nahiz eta batzuetan osagaietako batek pisu handiagoa izango duen gainerakoek baino.



3 Aktitudearen objektua.

Pertsonaren gogoan irudikatuta dagoen edozein gauza izan daiteke aktitudearen objektua. Adibidez, norberari buruzko aktitudeek auto-estimua eratzten dute. Helburu edo azken egoera abstraktuei buruzko aktitudeak baloreak dira.

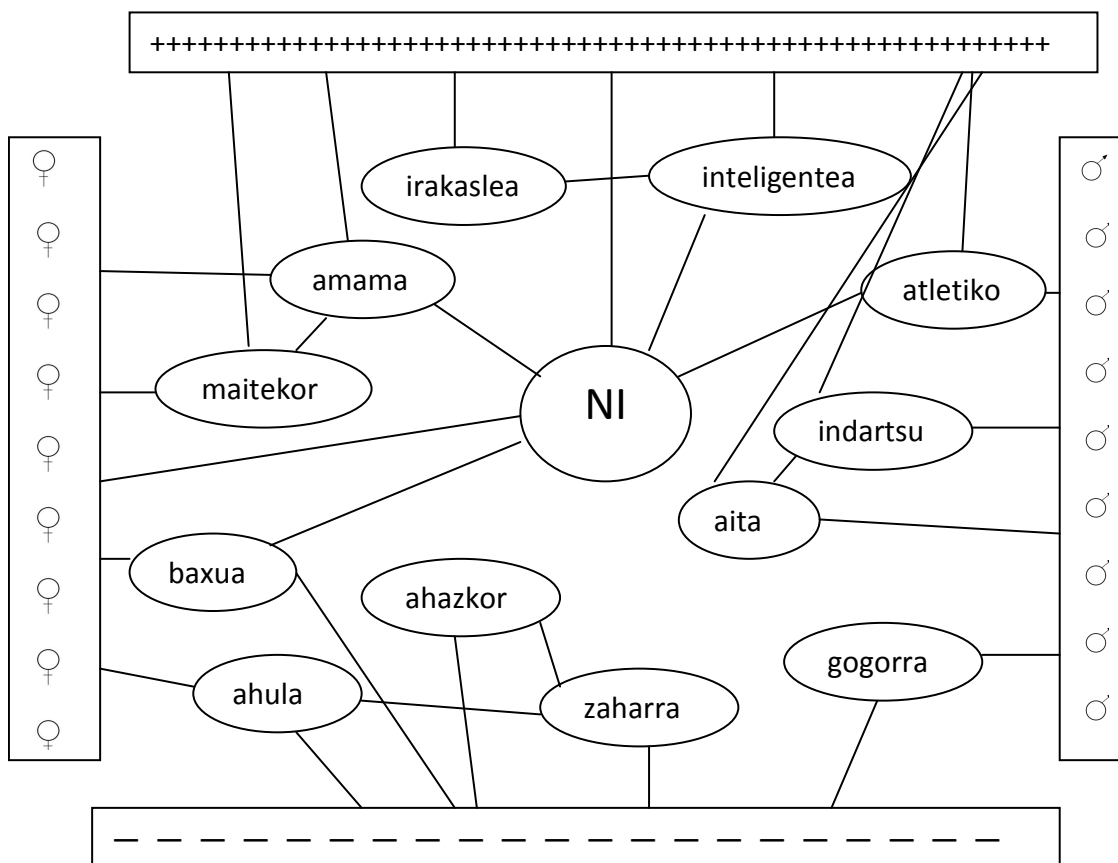
Gizarte kognizio inplizituaren teoria bateratuak,² oroimenean oinarritutako ondoko definizioak proposatzen ditu:

² Greenwald, A.G.; Banaji, M.R.; Rudman, L.A., Farnham, S.D.; Nosek, B.A.; Mellott, D.S. (2002). A unified theory of implicit attitudes, stereotypes, self-esteem, and self-concept. *Psychological Review*, Vol. 109, nº 1, 3-25.

Aktitudeak

- **Aktitudea:** objektu baten kontzeptua (gauza, pertsona, giza taldea) eta balentzia-atributu baten arteko elkarketa.
- **Estereotipoa:** giza talde baten kontzeptua eta atributu bat edo gehiagoren elkarketa.
- **Auto estimua:** niaren kontzeptua eta balentzia-atributu baten elkarketa.
- **Auto kontzeptua:** niaren kontzeptua eta atributu bat edo gehiagoren elkarketa.

Ikusi definizioon adibideak islatzen dituen ondorengo grafikoa



4 Aktitudeen funtzioak

Zergatik osatzen ditugu aktitudeak? Zer dela eta hartzen dugu lan hori guztia egiteko nekea?

Galderon erantzuna zera da: aktitudeek hainbat beharizan bete ditzakete, edo beste era batera esanda, hainbat funtzio egin diezagukete, eta, beraz, lagungarri zaizkigu alde horretatik, horregatik hartzen dugu nekea: merezi digulako.

Aktitude guztiek, ordea, ez dute funtzio bera betetzen, eta, uste denez, pertsuaditzaileari ezinbestekoa zaio objekto jakin batekiko aktitudeak zer funtzio betetzen duen jakitea, horretan huts eginez gero saio pertsuasiboak ere porrot egitea baita normalena. Pertsuasioaren ikuspegi funtzionala esaten zaio horri, eta honela laburbildu genezake: aktitude bat aldatzeko teknikarik eraginkorrena, aktitude horrek betetzen duen funtzioaren arabera izango da.

Aktitudeen analisi funtzionalak aktitudeen azpian dauden motibazioak aztertzen ditu, hau da, aktitudea zerk eragiten duen. Hartzailearen motibazioak aintzat hartzeak berebiziko garrantzia dauka pertsuasioan, noski. Motibazioak bitxiak izan daitezkeela ikusteko, hona Shackleton esploratzaileak, Hego Polorako espedizioa prestatzen, garaiko egunkarietan jarri zuen iragarkia tripulazio gizonak erakartzeko:

*Men wanted for hazardous journey. Small wages. Bitter cold. Long months of complete darkness. Constant danger. Safe return doubtful. Honour and recognition in case of success.*³

Zalantzarik ez, honelako mezuak hautagai gehienak erakarri baino uxatu egingo zituen. Denak, Shackleton-i interesatzen zitzaion gizon klasea baizik. Gaur egunean ere, horrelako arrisku eta abenturaren kultura eskalatzaile eta parakaidismo zaleen artean aurkitu ahal da.

4.1 Analisi funtzional klasikoa.

Katz (1960) autoreak lau aktitude-funtzio proposatu zituen: utilitarioa, ego-babeslea, balio-adierazlea eta ezagutza.

³ http://en.wikipedia.org/wiki/Ernest_Shackleton (2006-2-20)

4.1.1 Funtzio utilitariora.

Funtzio utilitariora duten aktitudeek jendeari laguntzen diote sariak lortzen eta zigorrak ekiditen. Objektuek gudan eragiten duten plazer nahiz oinazearen arabera osatzen ditugu, ez gutxitan, objektu horiekiko gure aktitudeak, era horretan beharizan hedonista asetzen dugularik. Enpresari batek izan dezake alderdi politiko liberal batekiko aktitude positiboa, uste baldin badu alderdi horrek, boterea eskuratuz gero, enpresen zergak jaitsi egingo dituela. Aukera anitzeko galderak erantzuten ondo moldatzen diren ikasleek mota horretako azterketekiko aktitude positiboak garatuko dituzte segur aski. Gaztadun hanburgesa gustoko duen pertsonak produktu horrekiko aktitude positiboa garatuko du. Produktu bat erabiltzearen plazer hutsarengatik kontsumitzeko deia egiten duten iragarkiek aktitudeen funtzio utilitariora baliatu nahi dute pertsuasio-bidetzat.

Pertsuaditzaileak uste badu bere kasuan hauxe dela aktitudeak betetzen duen funtzioa, bi bide ditu bere jarduna bideratzeko:

- Sari-zigor pertzibituak aldatzea (berriak aukeran jarritz), edo
- Sari-zigorrak aldatu gabe, haiek eskuratzeko bideak aldatzea.

Trafiko kontuetan maiz egiten dira horrelakoak. Pentsa, esaterako, edanda gidatzeagatik ezartzen diren isunetan (zigorretan), edo segurtasun uhala ez janzteagatik jartzen direnetan. Aipagarria da edanda gidatzearen kontrako kanpaina hura: gidatu behar zuelako edaten ez zuenari garaipenaren keinua egiten zioten lagunek. Horra hor sari berria.



Aktitudeen funtzio utilitarioan (modu kreatiboan) oinarritutako mezu pertsuasiboa⁴.

4.1.2 Funtzio balio-adierazlea.

Funtzio balio-adierazlea duten aktitudeen bidez, bere joeren, idealen, arategien berri ematen du subjektuak. Hau da, norberaren identitaterako edo autokontzepturako garrantzitsu diren balioak adieraz litezke aktitudeen bidez. Adibidez, giza-eskubideen defendatzaile sutsu batek heriotz-zigorraren aurkako aktitudea garatuko du. Askotan esan izan da zenbait liburu ez dela erosten irakurtzeko asmotan, baizik eta kultur-maila baten adierazle. Horretarako, jakina, kultura baliotzat eduki behar du subjektuak.

Kafea beti Nikaraguakoa erosten duenarengan litekeena da kafe horrekiko aktitudeak balio jakin batzuk adierazteko funtzioa betetzea batez ere: iraultzarekiko atxikimentua, adibidez, edo ezkertiaratasuna, besterik gabe. Azkenik, publizitatean, luxuzko produktu askotan, funtzio hau izan ohi da nagusi. Lurrin jakin bat erostean, adibidez, nork bere nortasunari buruz zerbaite adierazi nahi izan dezake.

⁴ <http://www.tompaine.com/images/dynamic/316.pdf> (2006-2-20)

Aktitudeak

Kontzientzia ekologikoa dutenek birziklatzea bultzatuko dute eta produktu ekologikoen aldekoak izango dira. Hala ere, produktu ekologikoekiko aktitude positiboak motibazio utilitarioa izan dezake ere: kontsumitzeko motibazio nagusia norbere osasuna izan daiteke.

Era berean, Estatu Batuetan armen kontrolari buruz dagoen eztabaidan, kontrolatzearen aldeko baten aktitudearen oinarrian baloreak egon daitezke (honelako ustea, adibidez: “mundu zibilizatuago baterantz aurrera egitea suposatzen du”), ala oinarri instrumentala izan dezake aktitudeak (“hilketa gutxiago egongo da hiltzaileentzat zailagoa izango delako armak lortzea”). Era berean, kontrolatzearen aurkako baten aktitudeak, motibazio sinbolikoa izan dezake (“eskubide konstituzionalak murriztea suposatzen du”), edo motibazio funtzionala (“hilketa gehiago egongo dira, hiltzaileek armak nola edo hala lortuko dituzten bitartean, hiritar zintzoek, berriz, ez”).

Funtzio hau betetzen duen aktitude bat aldatzeko, onena zera da:

- Aktitude horrek ez duela funtsezko balio hori adierazten erakustea, edo
- balio hori adierazteko bide hobeak daudela iradokitzea.

Pentsa, esaterako, PSOEko militanteei NATOrri baiezkua emateko eskatu zitzaientean. NATOrekiko aktitude negatiboa, dudarik gabe, ezkertiaratasunaren balioa adierazteko modua zen. Piskanaka, ezkertiaratasuna azaltzeko ez dagoela NATOren aurka zer egonik irentsi behar izan zuten, eta gero, ezkertiaratasuna adierazteko moduak aldatu egin direla XXI mendean.

4.1.3 Funtzio ego-babeslea.

Geure burua edo autoonespena babesteko garatzen ditugun aktitudeek, funtzio ego-babeslea betetzen dute. Aktitudeek lagun dezakete autoestimua babesten, eta barne-gatazkei (segurtasunik ezari, antsietateari, erru-sentipenari...) aurre egiten, edo horrelakoak saihesten. Adibidez, langabezian dagoen pertsona batek etorkinen kontrako aktitudea izan lezake. Errua haiengan jarririk, ez dauka bere egoeraren errudun sentitzeko arrazoirik. Beste maila batean, aipagarria da 50. hamarkadan USAn eginiko ikerketa. Etxekoandreek ez zuten kafe instantekorik erabili nahi izaten, eta aktitude horren kausa zein zen jakitea zen ikerketaren helburua. Azkenean deskubritu zen

Aktitudeak

"errezkeria" zeritzotela kafea horrela egiteari, eta horrek kolokan jartzen zuela beren autoirudia. Soluzioa? Oraindik gaur egun erabiltzen dena. Ohar zaitezte bestela, zer nolako giro familiar gozo eta beroa errepresentatzen den produktu horren iragarkietan.

Aktitudeen funtzio ego-babeslearen adibide aipagarria ikerketa medikotik datorkigu. Bular minbizia garatzeko probabilitatea gehitzen duten gene bi identifikatu dituzte ikertzaileek. Gene horiek eduki litzaketen pazienteei test genetikoa egiteko aukera ematen zaienean, pazienteok sarritan testa ez egitea aukeratzen dute⁵.

Generoaren indarkerian, erasotzaileen motibazioa omen: haien auto-estima baxuari aurre egitea besteak, emakumeak, gutxietsiz.

Funtzio hau betetzen duen aktitude bat aldatu nahi denean, honako bi bideotako bat hartzea izaten da onena:

- Hartzaileek beren egorako mehatxutzat hautematen duten hori ez dela benetako mehatxua erakustea, edo
- Hartzaileei ohartaraztea zentzugabea dela aktitudea horrela finkatzea, ez direla gauzak behar bezala kontsideratzen ari, beren burua babesten baizik.

⁵ Ehrich, K.R.; Irwin, J.R. (2005). Willful ignorance in the request for product attribute information. *Journal of Marketing Research*, vol. XLII, 266-277 (268. orr).



4.1.4 Ezagutza-funtzioa.

Aktitudeek ezagutza-funtzioa edo funtzio kognitiboa betetzen dute ere bai. Objektu batekiko aktitudea izateak aktituderik ez edukitzea baino funtzionalagoa da: aktitudeak ekintza gidatzen du eta aktitudearen ondorioz, pertsonak badaki zer egin eta zer ekidin objektuari dagokionez. Horrela, denbora eta ahalegin kognitiboa aurrezten da. Fazio eta Driscoll autoreen ikerketa batean, subjektuek pintura abstraktu pareen konparaketak egin behar zituzten, 45 konparaketa guztira. Pare bakoitzaren aurrean, subjektuak, 4

Aktitudeak

segundotan gehienez, ezkerrekoa ala eskuinekoa nahiago zuen adierazi behar zuen. Subjektu horietako batzuek, aldez aurretik, pintura guztiak ikusi zituzten patxadaz, banan banan, eta bakoitza gustuko zuten ala ez adierazi zuten. Ikertzaileek egiaztatu zuten aldez aurreko entsegua egin ez zutenentzat, pareen konparaketa azkarra betebehaz estresgarriago eta zailagoa izan zela⁶.

Unibertsitateko Sail baten Zuzendaritzarako hauteskundeetan botoa nori ematea erabaki zaila izango da Sailera etorri berri batentzat. Aitzitik, aspaldiko langilea izanik, finko eratutako aktitudeek asko erraztuko dute nori bozkatzeko erabakia.

Subjektuek, aktitudeen bidez, mundua ordenatu eta sailkatu egiten dute, era koherente batez, modu horretan asetzen dutelarik munduaren irudi garbi eta esanguratsua izateko beharizan kognitiboa. Aktitudeei esker, subjektuek ordenatu, ulertu, berenganatu egiten dute bestela konplexu, anbiguo edo ulergaitz litzatekeen informazioa. Denok behar ditugu inguratzen gaituen mundua ulertzeko klabeak, eta klabe horietako bat aktitudeak dira. Aktituderik gabe, esperientzia berri bakoitza berrirotik hasitako ahalegin eskerga litzateke. Adibidez, egoera soziopolitiko konplexuen zentzua ulertzeko modu bat (Palestinar eta Israeldarren arteko gatazka kasu), “onak” eta “gaiztoak” identifikatzea izan daiteke. Errazago zaigu batzuekiko aktitude positibo bat eta besteekiko aktitude negatiboa garatzea. Ideologiaren arabera egin ohi dugu hori, eta, funtsean, mundua sinpletzea ere bada: errazago ulertzen dugu mundua zuri-beltzean.

Pertsuaditzaileak uste badu bere kasua hau dela, dena delako objektoarekiko aktitudeak funtzio utilitariora betetzen duela hartzaileengan, pertsuasiorako biderik onena zera litzateke, ikuspegi funtzionalaren ikuspegitik: zuri-beltzeko panorama horretan koloreak sartzea: anbiguitateak eta kontraesanak, alegia, eskema simple hori kolokan jarriko dutenak. Ustez gaizto direnen alderdi onak, eta ustez onak diren alderdi ilunak bistaratzea da bideetako bat. Bide batez esanda, urrutira gabe ere bada horreko zerbaiten premia Euskal Herrian bertan ere. Ez al zaizu iruditzen?

⁶ Morales, J.F.(coord.) (1996). Psicología social. McGraw-Hill, Madrid. 510-511 orr.

4.2 Ondorengo garapena.

4.2.1 Gizarte-egokitzapen funtzioa.

Smith, Bruner eta White (1956) autoreek gizarte-egokitzapen funtzioa proposatu zuten: aktitudeek jendea laguntzen dute gizarte egoera eta taldeetara egokitzen, talde jakin bateko partaide sentitzen. Guretzat garrantzizko diren pertsonetik harremanak sendotzera garamatzate horrelako aktitudeek. Beste aldetik, Snyder-ek eta DeBono-k (1989) honela azaltzen dute funtzio hau: zenbait aktituderen adierazpenaren bidez, onarpen soziala lortu eta taldekideekiko harremanak erraztu eta sendotu daitezke.

Funtzio berdinez ari direla badirudi ere, nabaria da bigarren deskripzioa *aktitudearen adierazpenaren* funtzioari dagokiola, ez *aktitudearen* funtzioari. Smith eta besteek (1956), berriz, argi azaldu zuten ondo bereiztu behar direla iritzi bat edukitzearen funtzioa eta iritzi hori plazaratzearena. Aktitude bat jakinarazteak eduki dezakeen gizarte-egokitzapen funtzioa gauza sinplea da: taldekideenak bezalako iritziak edo zaletasunak agertuz, talde horrekiko harremanak erraztu egiten dira, talde horrek onartua izateko estrategia da. Beste aldetik, aktitude bat edukitzeak bete dezakeen gizarte-egokitzapen funtzioa, gauza konplexu eta meheagoa da: identifikazio prozesu ez konziente bat suposatzen du, aktitudearen bitartez taldekideen antzekoagoa izateko eta horrela, talde horren partaide bilakatzeko, baina maila intimoan gertatzen den prozesua da, aktitude hori adieraztea ala ez adieraztetik at dagoena. Beste hitzetan esanda, aktitude bat edukitzea identitate soziala eraikitzekeo tresna izan daiteke.

Moda fenomenoak aktitudeen gizarte egokitzapen funtzioaren adibide paradigmaticoa da. Ondo islatzen da gurasoek gaztetako argazkietan duten itxuraren aurrean izaten dugun erreakzioan. Gure seme-alabek berdin erreakzionatuko dute hogeit hamar urte barru gure oraingo argazkien aurrean.

Euskal Herrian, adibidez, garbi dago erreza dela, adin jakin batean, alkoholarekiko jarrera positiboa hartzea, lagunekin poteoan aritu ahal izateko. Ez dut uste inori gustatu izan zaionik egin zuen lehen garagardo-tragoa.

4.3 Aktitude funtzioen eragileak.

4.3.1 Diferentzia indibidualak.

Irudizaintza deritzon ezaugarriak erakusten duenez, pertsona mota desberdinek funtzio desberdinetarako joera izango dute. Hauxe izan da ezaugarri indibidualen eta aktitude funtzioen artean aurkitu den lotura garrantzitsuena.

Ezaguna da *irudizaintza* nortasun ezaugarriaren (Snyder, 1974) eta gizarte egokitzapen eta balio adierazpen funtzioen arteko erlazioa. Irudizaintzak, besteei ematen diegun inpresioa moldatzeko joera adierazten du. Orokorrean, irudizainak asko arduratzen dira ematen duten inpresioaz eta haien portaera egoeraren arabera egokitzen dute. Irudizainak ez direnak, berriz, ez daude ematen duten inpresioaz hain arduratuta, eta haien portaerak barne egoerak (aktitudeak eta baloreak) islatzen ditu kanpo egoerak (gizarte arauak) baino gehiago. Irudizaintza neurtzeko ezaguna eta fidagarria den galdesorta batean, irudizaintza maila altua ondokoak bezalako item-ekiko adostasunak islatzen du: “batzuetan inpresioa daukat show bat egiten dudala besteak txunditu ala entretenitzeko”, “seguraski, aktore ona izango nintzateke”. Irudizaintza maila baxua, berriz, ondoko itemekiko adostasunean islatzen da: “kosta egiten zait nire portaera aldatzea jende eta egoera diferenteetara moldatzeko”, “sinisten ditudan ideiak baino ezin ditut defendatu”. DeBono (1987) autorearen ikerlan batek frogatu zuen irudizaintzat garrantzitsua dela produktuen irudia; irudizainak ez direnek, berriz, garrantzia ematen diote produktuaren barne ezaugarriak beren kalitate irizpideekin bat etortzeari. Eraitza hauek alde aurreko hipotesi bat egiaztatu zuten: irudizainengan nagusi izaten da gizarte egokitzapen funtzioa; irudizaintza maila baxukoengan, berriz, funtzio balio adierazlea gailentzen da.

4.3.2 Aktitude objektua.

Adibidez, Shavitt autoreak aurkitu zuen aire egokitu aparailuek, normalean, pentsamendu funtzionalekin lotzen direla (“giro freskoa mantentzen du”, “garestia da”), ezkontza eraztunek baloreekin lotutako pentsamenduak sortarazten zituzten bitartean (“lotura sakratuaren sinbolo da”). Era berean, Mittal, Ratchford eta Prabhakar (1990) autoreek aurkitu zuten atributu instrumentalek eragiten zituztela txanpuarekiko aktitudeak (ilea leun uztea bezalakoak) atributu sinbolikoek baino gehiago (modako

Aktitudeak

marka izatea, adb.); lurrinetan, berriz, atributu sinbolikoek eragin handiagoa zuten atributu funtzionalek baino.

Goian aipatutako objektuek unifuntzionaltzat jo ditzakegu: funtzio bakarra betetzen dute normalean. Badaude objektu funtzio anizdunak, hau da, zenbait funtzio erraz bete ditzaketenak. Adibidez, kotxeek funtzio instrumental zein sinbolikoak bete ditzakete; pertsonaren kotxearekiko aktitudeak oinarri instrumental (“oso erosoa da”) zein sinbolikoa (“botere itxura ematen du”) izan dezake, edo biak aldi berean.

Aktitude objektu unifuntzionalen kasuan diferentzia indibidualek ez dute eragin handirik. Adibidez, aspirina, seguraski, ia pertsona guztiek pertzibituko dute ikuspuntu funtzional batetik. Baina objektu funtzio anizdunen kasuan, diferentzia indibidualek aktitudearen funtzioa eragingo dute.

4.4 Pertsuasioa: funtzioarekin bat egitea.

Aktitudeen analisi funtzionalak sugeritzen du pertsuasio eraginkorrerako gakoa, mezua eta aktitudearen oinarri funtzionala bat egitea dela. Adibidez, HIESa dutenentzako ambulategia auzoan jartzearen aurkako aktitudea HIESa eta homosexualitatearen arteko lotura sinbolikoan oinarrituta egotekotan, aktitudea aldatu liteke HIESa heterosexualen arazoa ere badela azpimarratzen duen informazioaren bitartez. Baina aktitude negatiboa HIESaren kutsakortasunagatik beldur instrumentalean oinarrituta egotekotan, bestelako argudioak erabili beharko dira (kutsakortasunik ezari buruzkoak). Izan ere, kasu honetan, lehen motako mezuek helburu pertsuasiboaren aurkako emaitzak lor ditzakete. Adibide honek ondo azaltzen du aktitudearen oinarri funtzionalarekin bat datozen mezuak erabiltzearen garrantzia.

Snyder eta DeBono (1985) autoreek bi iragarki desberdin diseinatu zuten Canadian Club whiskey-rako. Bi iragarkietan whiskey botila bat ikusten zen etxe baten gainean; produktuaren irudia azpimarratzeko mezuan, hauxe zen eslogana: “*You’re not just moving in, you’re moving up*” (itzulpen librea: “etxe aldaketa baino gehiago da, gizarte mailan gora egiten ari zara”). Produktu kalitatea azpimarratzeko iragarkiko eslogana: “*When it comes to great taste, everyone draws the same conclusion*” (gaia zapore ezin hobe denean, guztiek ateratzen dute ondorio berdina). Bai honetan bai beste ikerlanetan ere ikusi da irudizainek hobeto erantzuten dutela irudia azpimarratzeko

Aktitudeak

iragarkien aurrean kalitatea azpimarratzeko iragarkien aurrean baino, eta kontrako efektua agertzen da irudizainak ez direnen kasuan.

Gaixo mentalen instituzionalizazioa gaitzat hartuz, DeBono (1987) autoreak aurkitu zuen irudizainak ez zirenei gehiago pertsuaditzen zitzaizela baloreak azaltzen zituzten mezuen bitartez (instituzionalizazioarekiko aktitude positiboak zein balorerekin zeuden lotuta adierazten zuten mezuek); irudizainak, berriz, pertsuadituagoak izaten ziren gizarte egokitzapen mezuen bitartez (mezuan azaltzen zen gehiengoa instituzionalizazioaren aldekoa zela).

Shavitt (1990) autoreak mezu utilitarioen zein baloreetan oinarritutako mezuen eragina konparatu zuen produktu utilitarioentzat (kafea) eta norbere irudiarekin zerikusia zuten produktuentzat (lurrina). Subjektuek produktuaren funtzioarekin bat zetozen mezuez iragarritako markak nahiago izan zituzten produktuaren funtzioarekin ondo lotuta ez zeuden mezuez iragarritako markak baino:

Sterling Blend kafearen zapore eta usain paregabeak garau freskoenen nahasturatik datoz (✓).

Cadeau lurrinaren lore usain freskoa olio eta esentzien nahastura orekatutik dator (X).

Edaten duzun kafeak nolakoa zaren adierazten du. Zure gustu berezia eta bereizgarria erakusten du (X).

Astoria, jendeari berezia zarela esaten dion esentzia sofistikatua (✓).

5 Aktitudeak neurtzen

Pertsuasioa aktitude aldaketa bada, pertsuasioaren azterketa sistematikoak pertsonen aktitudeak neurtzeko moduak behar ditu: aktitudeak neurtzeko tresnarik gabe ezingo genuke esan pertsuasio ahalegin batek aktitude aldaketarik eragin duen ala ez.

5.1 Teknika zuzenak.

Teknika hauek zuzenean eskatzen diote erantzuleari aktitude-objektuari buruzko ebaluazioa. Ohikoenak, item bakarreko eskalak dira.

5.1.1 Item bakarreko eskalak.

Adibidez:

Zein neurritan zara Nazio Batuen Erakundearen aldekoa ala kontrakoa?

Erabat aldekoa ___ ___ ___ ___ ___ ___ ___ Erabat kontrakoa

Galdera eta eskalaren ainguraketa, jakina, modu desberdinetan egin daitezke (adb., “orokorrean, zein iritzi duzu Nazio Batuen Erakundeari buruz?”, muturretako aingurak “oso positiboa” eta “oso negatiboa” izanik).

Beste adibide bat:

Zer iritzi duzu Eliza Katolikoari buruz?

Oso
negatiboa ___ ___ ___ ___ ___ ___ ___ Oso positiboa

Item bakarreko aktitude eskalak oso erabilgarriak dira iritzi publiko inkestetan: galdera ulerterreza izaten da eta denbora laburrean egiten denez, prozedura merkea da.

Desabantaila nagusia, ordea, fidagarritasun falta da. Hau da, pertsona batek gai berdinari buruzko hiru-lau galdereri emandako erantzuna, galdera bakar bati erantzundakoa baino adierazgarriagoa da.

Beste desabantaila bat: aktitudeari buruzko informazioa baino ez dute ematen. Hau,

Aktitudeak

jakina, ez litzateke oztopo bat izango interesatzen zaigun guztia aktitudea baino ez bada. Baina ikerleek, sarritan, informazio gehiago nahi izaten dute (adibidez, aktitudearen oinarrian dauden usteak edo sinistek), eta kasu horretan, item bakarreko eskalak beste prozedurek osatu edo ordezkatu behar dituzte.

5.1.2 Diferentzial semantiko ebaluazio eskalak.

Prozedura honetan, erantzuleak aktitude-objektua baloratu behar du zenbait (normalean 7) puntuko eskala bipolarretan. Eskalen bi muturrak adjektibo edo adierazpen pare kontrajarrien bitartez definitzen dira (ona-txarra, positiboa-negatiboa, ...).

Adibidez, Nazio Batuekiko aktitudea neurtzeko tresna honelakoa izan liteke:

Nolakoa da zure ustez Nazio Batuen Erakundea?								
Ona	—	—	—	—	—	—	—	Txarra
Ez ezinbesteko	—	—	—	—	—	—	—	Ezinbesteko
Positibo	—	—	—	—	—	—	—	Negatibo
Kaltegarri	—	—	—	—	—	—	—	Onuragarri
Eraginkor	—	—	—	—	—	—	—	Ez eraginkor

Erantzuleak markatu behar du bere iritzia hobekien adierazten duen eskala-puntua. Ikerleak balio numerikoak ematen dizkie eskala-puntuei (normalean, +3tik, muturreko puntu positiboan, 0tik pasatuz, erdiko puntuan, -3raino, muturreko puntu negatiboan), eta pertsona bakoitzaren erantzun guztiak batuz, pertsona horrek objektuarekiko duen aktitudearen (uste ebaluatibo orokorraren) adierazlea lortzen du.

Hona hemen beste adibide bat:

Aktitudeak

“Erostea(k) niretzat ...”

Interesgarria da	—	—	—	—	—	—	—	Aspergarria da
Gustoko dut	—	—	—	—	—	—	—	Ez dut gustoko
Atsegina da	—	—	—	—	—	—	—	Desatsegina da
Garrantzitsua da	—	—	—	—	—	—	—	Ez da garrantzitsua
Esanahi handia dauka	—	—	—	—	—	—	—	Ez du ezer esan nahi
Emozionantea da	—	—	—	—	—	—	—	Emoziorik gabea da

Diferentzial semantikoak item bakarreko eskalek baino informazio gehiago ematen du aktitudearen oinarrian dauden uste eta sentimenduei buruz. Eskalen muturretako adjektiboek edo adierazpenek balentzia positibo edo negatibo argi eta garbia izaten dute. Eskala osatuko duten adjektibo edo adierazpenak zehazteko alde zuzeneko ikerketa egin behar da, interesatzen zaigun populazioan nagusi diren sentimenduak eta usteak aurkitzeko.

5.2 Teknika ia zuzenak.

Teknika hauek ez dute objektuaren ebaluazio zuzena eskatzen, aktitudearekin erlazio garbia duen informazioa baizik. Teknika mota honen barruan, prozedura ezagunenak Thurstone-k eta Likert-ek garatutakoak dira. Eskala hauetan, aktitudea inferitu egiten da aktitudearekin erlazionatuta dauden proposamenei emandako adostasun-desadostasun erantzunetatik.

Eskala hauek osatzeko betebeharrak garrantzitsuak dira, beraz, aktitudearen adierazle egokiak diren *item*-ak (proposamenak) aukeratzea da. Lehen pausua, azken eskalak barnera litzakeen proposamen zerrenda luze bat biltzea da; arazoa, gero, zerrenda hori laburtzea da. Azken hau egiteko, Thurstone-k eta Likert-ek metodo desberdinak proposatzen dituzte.

5.2.1 Thurstone aktitude eskalak.

Honelako eskala bat osatzeko lehen pausua, esan bezala, ikertzen ari den objektuari buruzko aktitudea adieraz dezaketen ehun bat item edo iritzi biltzea da. Adibidez, banku bati buruzko aktitudea ikertu nahi bada, hasierako zerrendak honelako esaldiak barnera

Aktitudeak

litzake: “bankua fidagarria da”, “bankua inefikaza da”, “nahiago dut banku horrekin lan ez egitea”, “bankua tradizionala da”, “pertsonala ez da oso lagungarria”, “bankua konfidantzazkoa da”, “bankua ez da dinamikoa”, eta abar.

Ondoren, pertsona talde batek item horiek epaitu behar dituzte. Epailleek zehaztu behar dute item bakoitzarekin ados egoteak suposatuko lukeen aldekotasun edo kontrakotasun maila aktitude objektuarekiko. Zehazki, epailleek itemak banandu behar dituzte 11 kategoriatan (-5etik, 0tik pasatuz, +5era doan eskala batean); 1. kategoriak (-5 puntuazioa) objektuarekiko aktitude negatiboena adierazten duten itemak biltzen ditu; 11. kategoria (+5 puntuazioa), berriz, objektuarekiko aktitude positiboena islatzen duten item-entzat da; 6. kategorian (0 puntuazioa), aktitude neutrala suposatzen duten usteak kokatzen dira.

Epailen artean desadostasun handia sortarazten duten itemak ezabatu behar dira. Har dezagun adibidez “bankua tradizionala da”. Epaille batzuek pentsa lezakete item honekin ados egoteak aktitude positiboa adierazten duela (“tradizionala” fidagarritzat, egonkortzat hartuta); beste batzuek, ordea, adostasuna aktitude negatiboarekin pareka lezakete (“tradizionala” zaharkituta bezala ulertzekotan). Item hori azken eskalan agertuko balitz, ezingo genuke jakin erantzulearen aktitudea zein den. Horrelako itemak, beraz, ez dira erabiltzen. Item zalantzarriak kentzeko eta azken eskala osatuko dutenen balorea finkatzeko, item guztien mediana eta lehen eta hirugarren laurdenen arteko aldea kalkulatu da. Mediana alde batera eta bestera puntuazioen %50a uzten dituen balorea da. Lehen laurdena azpian puntuazioen %25a dituen balorea da (beste hitzetan, 25. perzentila). Hirugarren laurdena, berriz, gainean puntuazioen %25a dituen balorea da (beste hitzetan, 75. perzentila).

Azken eskala osatzeko, medianen arteko distantzia berdina duten itemak aukeratzen dira (errazena 11 item aukeratzea da, 1, 2, 3, ... mediana dutenak hain zuzen ere). Mediana berdina duten itemen artean aukeratzeko, laurdenen arteko alde txikiena dutenetara jotzen da, honek zera esan nahi duelako: hauexek dira epailen arteko adostasun maila altuena lortu dutenak.

Ikus dezagun adibide bat:

Ondorengo, ikasle talde bati HIESa duten pertsonen jendeak zer pentsatu eta sentitu

Aktitudeak

dezakeen galdetuz lortutako item guztietako batzuk dira:

IHESa portaera ez moralaren ondorioa da
Hiesa komunean jesarrita hartu ahal duzu
Hiesa Jainkoaren zigorra da
Hiesa dutenak homosexual edo drogazaleak dira
Hiesa guztiok arduratu behar gaituen epidemia da
Hiesa dutenak gaiztoak dira
Hiesa dutenak jende normala dira
Hiesa sendabidea da, ez gaixotasuna
Hiesa harreman heterosexualen bitartez har dezakezu
Hiesa dutenak nire familiakoak bezalako pertsonak dira
Hiesa komun publikoetan hartu ahal duzu
Emakumeak ez dira ihesarekin kutsatzen
Nik pertsona guztiak berdin tratatzen ditut, hiesa dutela ala ez dutela
Hiesa garestiegia da osasun zerbitzu publikoarentzat
Hiesa besteei gertatzen zaien zerbait da
Ezin da hiesarekin bizi
Umeak ez dira ihesaz kutsatzen
Hiesa heriotz zigorra da
Hiesa prebenitu daitekeenez, errekurtsioak prebentzioan jarri beharko liriateke osatzean baino gehiago
Hiesa harrapatzen duenak merezita dauka
Edonork har dezake hiesa
Hiesa da gerta dakizukeen gauzarik txarrena
Hiesa gauza ona da, populazioa kontrolatzen laguntzen du eta
Hiesa badaukazu ere, bizitza normala eraman dezakezu
Hiesa dutenek ez dute gure laguntza merezi
...

Aurreko zerrenda sortu zuten ikasleek beraiek ebaluatu zituzten itemak, 11 puntuko (-5 / 0 / +5) eskala baten bitartez, HIESa dutenekiko aktitude positiboa ala negatiboa adierazten duten neurriaren arabera. Hemen oso garrantzitsua da gogoratzea epaileei ez zaiela IHESarekiko haien aktitudeaz galdetzen: ez dute adierazi behar item bakoitzarekin noraino dauden ados ala kontra. Aitzitik, item bakoitza ebaluatu behar dute IHESarekiko aktitude positiboa ala negatiboa adierazten duen neurriaren arabera, ondoko irizpidearekin: -5 = itemak HIESa dutenekiko aktitude erabat negatiboa adierazten du; +5 = itemak IHESa dutenekiko aktitude erabat positiboa adierazten du.; 0= itemak IHESa dutenekiko aktitude neutroa adierazten du.

Ondoren, item bakoitzerako, mediana, lehen laurdena, hirugarren laurdena eta laurdenen

Aktitudeak

arteko aldea zehazten da. Edozein programa estatistikok egingo ditu kalkuluak oso erraz.

Adibide honen emaitza batzuk ondoko taulan adierazten dira:

Item zenbakia	Mediana	1.L	3.L	Laurdenen arteko aldea
23	-5	-5	-3.5	1.5
18	-5	-5	-5	0
27	-4	-5	-1	4
45	-4	-5	-2	3
24	-4	-5	-3	2
48	-3	-5	-1	4
19	-3	-5	-2	3
9	-3	-4	-2.5	1.5
1	-2	-3	1	4
26	-2	-5	-1	4
15	-2	-3	-1	2
40	-1	-1.5	2	3.5
14	-1	-2	0	2
49	0	-1	3.75	4.75
50	2	-0.5	5	5.5
35	2	0.25	4	3.75
29	3	-0.5	5	5.5
3	3	0	4	4
10	4	0	4.5	4.5
5	4	2.5	5	2.5
53	5	3.5	5	1.5
4	5	4	5	1

Mediana berdina eta laurdenen arteko alde berdina ere duten itemen artean aukeratzeko, irizpide kualitatiboa erabili behar da: zentzuzkoena aukeratzeko da. Aukera estatistikoa onena zalantzagarriz jotzen denean ere, ikerlearen irizpidearen arabera aukeratu egin behar da.

Behin eskala osatuta, aktitudeak neurtzeko erabili ahal da. Erantzuleek markatu behar

Aktitudeak

dituzte ados dauden item guztiak. Erantzule baten aktitude puntuazioa, ados dagoen item guztien baloreen batez bestekoa izango da.

Hona hemen aurreko adibidean aukeratutako itemak. Eskuinaldean, parentesien artean, dagokien balorea (mediana) dago:

Hiesa dutenak nire familiakoak bezalako pertsonak dira (0)
Hiesa prebenitu daitekeenez, errekurtsioak prebentzioan jarri beharko lirateke osatzean baino gehiago (-1)
Hiesa harrapatzen duenak merezita dauka (-5)
Hiesak guztion ardura izan behar du (4)
Hiesa gauza ona da, populazioa kontrolatzen laguntzen du eta (-4)
Kontuz ez ibiltzekotan edonork harrapatu ahal du ihesa (3)
Hiesa badaukazu ere, bizitza normala eraman dezakezu (2)
Hiesa dutenak beste edonor bezala tratatuak izan behar dira (5)
Niri ez zait inoiz gertatuko (-3)
Erraza da ihesa harrapatzea (-1)
Edonor kutsatu daiteke (3)
Monogamoa izanik ezin dut ihesa harrapatu (-2)

Aurreko taulako itemak erabiliz, azken eskalak ondoko itxura izango luke:

	Ados	Kontra
Hiesa dutenak nire familiakoak bezalako pertsonak dira	X	
Hiesa prebenitu daitekeenez, errekurtsioak prebentzioan jarri beharko lirateke osatzean baino gehiago	X	
Hiesa harrapatzen duenak merezita dauka		X
Hiesak guztion ardura izan behar du	X	
Hiesa gauza ona da, populazioa kontrolatzen laguntzen du eta	X	
Kontuz ez ibiltzekotan edonork harrapatu ahal du ihesa		X
Hiesa badaukazu ere, bizitza normala eraman dezakezu		X
Hiesa dutenak beste edonor bezala tratatuak izan behar dira	X	
Niri ez zait inoiz gertatuko	X	
Erraza da ihesa harrapatzea	X	
Edonor kutsatu daiteke		X
Monogamoa izanik ezin dut ihesa harrapatu	X	

Aurreko taulan bezala erantzun duen subjektu batek ondoko aktitude puntuazioa jasoko luke: $(0-1+4-4+5-3-1-2) : 8 = \boxed{-0,03}$ (ados dagoen itemen baloreen batuketa zati ados dagoen itemen kopurua; hau da, ados dagoen itemen batez besteko balorea).

5.2.2 Likert eskalak.

Thurstone eskalak bezala, Likert eskala bat osatzeko lehen pausua, aktitudea islatzen duten proposamen asko biltzea da; azken eskalaren itemak horietatik aukeratuko dira. Baina Likert-en prozedura eta Thurstonena diferenteak dira bi gauzatan: azken itemak lehen zerrendatik aukeratzeko moduan, eta erantzuteko moduan.

Ikerleak ezabatzen ditu lehen zerrendatik neutralak edo zalantzarriak diren proposamenak, normalean ikerlearen beraren irizpide kualitatiboa erabiliz. Ondoren, hainbat erantzulek adierazi behar dute zein neurritan dauden item bakoitzarekin ados edo kontra, hainbat puntuko eskala batean (sarritan, 5 edo 7 puntukoa). Adibidez, demagun garraio publikoekiko aktitudeak neurtu nahi ditugula. Honako baieztapen hauek erabil genitzake:

Geltokiak leku egokietan daude kokatuak	ADOS	_	_	_	_	_	DESADOS
Lapurretak eta maiz gertatzen dira	ADOS	_	_	_	_	_	DESADOS
Nahiko zikin egoten dira	ADOS	_	_	_	_	_	DESADOS
Bentilazioa ez da oso ona	ADOS	_	_	_	_	_	DESADOS
Garraiobide segurua da, istripu gutxi	ADOS	_	_	_	_	_	DESADOS

Eskalaren puntu bakoitzari zenbaki bat dagokio 1etik 5era, 5a erantzun faboragarriena delarik. Aurreko adibidean, 1. eta 5. itemetan, “guztiz ados” muturrak 5eko puntuazioa jasoko luke, eta “guztiz kontra” muturrak, berriz, 1ekoa. 2., 3. eta 4.itemetan, berriz, bi muturren puntuazioa alderantzizkoa litzateke. Ondoren, erantzule bakoitzaren puntuazio osoa kalkulatu daiteke.

Item bakoitzaren erantzunak puntuazio osoarekin koerlazionatzen dira, eta koerlazio altuenak dituzten itemak aukeratzen dira azken eskalarako. Item hauek aktitudearen adierazle egokitzaletzat jotzen dira, aktitude puntuazio osoarekin erlazio sendoena dutenak direlako, hau da, puntuazio osoa hobekien aurretan dutenak dira.

Azken eskalan, aukeratutako itemak test-ikerketan bezala aurkezten dira, itemarekiko

adostasuna neurtzen duten 5 puntuko eskalak erabiliz. Aktitude orokorra puntuazio osoak adierazten du.

Teknika ia zuzenen ezaugarriak.

Prozedura hauek teknika zuzenek baino informazio gehiago ematen dute. Thurstone edo Likert eskala bat erabiltzen denean, ikerleak ikus dezake aktitude jakin bat duten erantzuleak zein itemekin dauden bereziki ados. Adibidez, ikerleak aurkitzen badu bankuarekiko aktitude negatiboa dutenak sarritan “bankuaren pertsonala ez da lagungarria” itemarekin ados egoten direla, ondorioak atera ditzake aktitude negatiboaren iturriaz.

Baina informazio horrek kostu bat dauka. Thurstone eta Likert eskalak bereziki diseinatu behar dira aktitude objektu bakoitzarentzat.

5.2.3 Ezaugarri (atributu) aniztun eredua.

Ezaugarri aniztun eredua (Fishbein, 1967) ondoko ideian oinarritzen da: objektu batekiko aktitudea objektuari buruzko uste irtenenen, nabarienen (*salient*) araberakoa izango da. Pertsona batek ideia, uste desberdin asko izan dezake objektuari buruz, baina momentu zehatz batean uste guzti horietako bakar batzuk irtengo dira besteen gainetik, nabariagoak izango dira pertsonarentzat. Uste horiexek eragingo dute aktitudea. Ikerlan batean, adibidez, iritzi publiko edo merkatu ikerketa batean, erantzuleen uste irtenenak identifikatu daitezke subjektuen lagin bati objektuaren (hautagai politikoaren edo produktuaren) ezaugarriak edo atributuak zerrendatzeko eskatuz (aurre-testa). Maizenik aipatutakoak populazioaren uste irtenentzat har daitezke, eta hauek galdesorta estandarizatua diseinatzeko erabili.

Zehazkiago, ereduak proposatzen du objektu batekiko aktitudea usteen indarra eta usteen ebaluazioaren araberakoa izango dela, ondoko formulak deskribatzen duen moduan:

Aktitudeak

$$A_o = \Sigma b_i e_i$$

A_o = objektuarekiko aktitudea.

b_i = uste (*belief*) zehatz baten indarra.

e_i = uste zehatz baten ebaluazioa.

Σ sinboloak zera adierazten du: uste bakoitzaren indarra eta ebaluazioa biderkatzearen emaitzak batu egiten dira.

Batuketaren emaitza, objektuarekiko aktitude orokorraren adierazlea da. Objektuari buruzko bost uste irten egotekotan, aktitude adierazlea honela kalkulatuko zen: $b_1e_1 + b_2e_2 + b_3e_3 + b_4e_4 + b_5e_5$.

Beraz, objektu edo jokabide jakin batekiko aktitudea neurtzeko bi alderdiok neurtu behar dira:

1) Zenbateraino, subjektuaren ustez, objektu batek ezaugarri jakin batzuk dituen, edo zenbateraino uste duen jokabide batek ondorio jakin batzuk izango dituela.

2) Nola baloratzen dituen subjektuak ezaugarri edo ondorio horiek.

Adibidez, demagun pre-test batek erakutsi duela Amets Goitiak, X alderdi politikoaren liderrari buruzko uste irtenenak hauek direla: zergak gutxitzearen aldekoa da, zintzoa da, lider indartsua da eta langabeziaren kontra lan egingo du. Honelako galdesorta diseinatu beharko genuke:

Zure ustez, Amets Goitia:

Zergak jaistearen aldekoa da	ADOS	-3	-2	-1	0	1	2	3	DESADOS
Zintzoa da	ADOS	-3	-2	-1	0	1	2	3	DESADOS
Lider indartsua da	ADOS	-3	-2	-1	0	1	2	3	DESADOS
Langabeziaren kontra lan egingo du	ADOS	-3	-2	-1	0	1	2	3	DESADOS

Zer deritzozu politiko bat(ek)

Zergak jaisteari?	ONDO	-3	-2	-1	0	1	2	3	GAIZKI
Zintzoa izateari?	ONDO	-3	-2	-1	0	1	2	3	GAIZKI
Lider indartsua izateari?	ONDO	-3	-2	-1	0	1	2	3	GAIZKI
Langabeziaren kontra lan egiteari?	ONDO	-3	-2	-1	0	1	2	3	GAIZKI

Aktitudeak

Gauzak honela, erantzule zehatz baten emaitzak hauexek izan litezke:

	b_i	e_i	$b_i e_i$
Zergak gutxitzearen aldekoa da	+3	-2	-6
Zintzoa da	-3	+3	-9
Lider indartsua da	+2	+1	+2
Langabeziaren kontra lan egingo du	+1	+2	+2
			-11

Adibide honetan puntuazio osoa -36 (aktitude negatiboena) eta $+36$ (aktitude positiboena) bitartekoa izan daitekeenez, esan dezakegu aztertu dugun erantzuleak aktitude negatibo leuna duela.

Marketinean, aktitude objektua produktua edo marka izaten da eta uste irtenenak produktu edo markaren atributuak izaten dira. Adibidez, hortzore marka zehatz batekiko aktitudeak aztertu daitezke ondoko atributuei buruzko usteen indarra eta ebaluazioak neurtuz: hortzak zuritzea, zaporea, txantxarraren aurkako efektua, prezioa, arnasa freskatzea, ...

Arazo politikoekiko aktitudeak neurtzeko ohikoa izaten da arazoaren ondorioei buruzko usteak aztertzea. Adibidez, heriotz zigorrarekiko aktitudeen hainbat oinarri kognitibo ondokoak izan daitezke: heriotz zigorrak delituak gutxitzen al ditu (ustearen indarra) eta emaitza hori zein neurritan da ona (ustearen ebaluazioa)? Krudela al da heriotz zigorra eta hori zein neurritan da negatiboa? Heriotz zigorra bidezkoa ez den moduan aplikatzen al da eta honek norainoko garrantzia dauka? Heriotz zigorrarekiko kontrako aktitudeak dituzten bi pertsona ados egon daitezke delitua gutxitzeari emandako garrantzian (hau da, biek pentsa dezakete hori lortzea oso garrantzitsua dela) baina agian ez dira bat etorriko heriotz zigorrak emaitza hori lortzen laguntzen duenentz. Edo ados egon daitezke heriotz zigorrak mendeku nahia asetzen duela, baina bat ez etorri motibazio hori onargarria denentz.

Pertsuasio estrategiarako implikazioak. Ereduari jarraituz, aktitudeak aldatzeko hainbat modu desberdin iradoki daitezke: objektuari buruzko uste irten positibo berria gehitu, dagoen uste positibo baten ebaluazioa hobetu (adibidez, kontsumitzaile batek jakin

Aktitudeak

dezake Internet konexio azkarragoak daudela, baina agian ez da konturatzen hori norainoko abantaila izan daitekeen), dagoen uste positibo bat berrindartu, dagoen uste negatibo bati garrantzia kendu, edo dagoen uste negatibo bati indarra kendu. Jakina, estrategia hauetako bat baino gehiago erabil daiteke aldi berean. Ereduak egoeraren araberrako estrategiarik eraginkorrena aukeratzeko laguntzen du ere bai. Demagun ereduari jarraituz diseinatutako energia nuklearrari buruzko inkesta batek ondoko emaitzak eman dituela:

	b_i		e_i	
	<i>Energia nuklear alde</i>	<i>Energia nuklear kontra</i>	<i>Energia nuklear alde</i>	<i>Energia nuklear kontra</i>
<i>Energia nuklearraren atributuak</i>				
Energia-krisia ekiditen laguntzen du	+2.8	-2.5	+2.7	+2.7
Istripu nuklearraren arriskua gehitzen du	-2.4	+2.9	-2.8	-2.6
Zabor arazoak sortarazten ditu	+2.2	+2.3	-1.3	-2.8
Energia-kostu altuagoak dakartza	+1.9	+2.0	-2.5	-2.4

Energia nuklearraren aldeko kanpaina batean ez luke zentzu handirik izango energia krisi bat ekiditearen garrantzia azpimarratzea, izan ere, energia nuklearraren aurkakoek ere jadanik uste dute hori oso desiragarria dela. Atributu honi dagokionez, energia nuklearraren aurkakoak pertsuaditu behar ditugu energia nuklearrak emaitza hori ekarriko duela. Zabor arazoei dagokienez, energia nuklearraren kontrako kanpaina egin nahi izango bagenu, hobe genuke arazo horiei emandako garrantzia lantzea arazo horiek emango direla konbentzitzen saiatzea baino.

Ereduaren inguruko iruzkinak.

Usteen edukia. Ereduak ez du kontutan hartzen aktitudearen oinarrian dauden usteen edukia; usteen indarra eta ebaluazioa baino ez du lantzen. Prozedura enpirikoa erabiltzen du aktitudea auresateko ereduari sartuko diren usteak aukeratzeko (uste irtenenak identifikatzeko aurre-testa), baina ereduak ez du barneratzen subjektuen uste irtenenak zeintzuk izango diren auresaten duen teoriarik.

Gai honetan, aktitudeen analisi funtzionalak gida bat ematen du. Ikuspuntu honen arabera, aktitude funtzio desberdinei uste irten multzo desberdinak dagozkie. Beraz,

adibidez, bi kotxe jabek antzeko aktitudeak izan ditzakete, baina baten usteak erregai kontsumoa eta konponketa maiztasunari buruzkoak diren bitartean, bestearenak kotxeak komunikatzen duen identitate eta irudiari buruzkoak izan daitezke.

Gure ahalegin pertsuasiboa objektuari buruzko uste berri bat komunikatzean oinarrituko bada, garrantzitsua izan daiteke xede-taldearentzat objektuarekiko aktitudeak betetzen duen funtzioa aurreratu saiatzea eta horren arabera ideia berria aukeratzea; izan ere, mezuaren jasotzaileak objektuari buruz dituen ideiak nagusiki irudiarekin lotuta badaude, produktuaren kalitatearekin lotutako ideia bat gehitzen saiatzea (“erregai gutxi kontsumitzen du”) seguru aski ez da oso arrakastatsua izango.

Analisi funtzionalak eta usteetan oinarritutako ereduak, beraz, elkarri osatzen diote. Analisi funtzionalek usteen edukia azpimarratzen duten bitartean, usteetan oinarritutako aktitude ereduak (hala nola, ezaugarri aniztun ereduak) usteen dinamika azaltzen dute.

Galdesorta pertsonalizatuak. Orain arte, objektu batekiko aktitudea neurtzeko galdesorta estandarizatu batek barneratuko dituen uste irtenenak aukeratzeko erabiltzen den modu ohikoena azaldu dugu: aurre-test batean, lagin baten erantzunak bildu eta maizenik errepikatzen direnak erabiltzen dira azken galdesortan. Gero, azken laginaren subjektu guztiek galdesorta berdinari (estandarizatuari) erantzuten diote. Baina badago erabil daitekeen beste prozedura bat: erantzule bakoitzak bere uste irtenenak idatz ditzake, eta gero, uste bakoitzari indar eta ebaluazio puntuazioak eman. Hau da, erantzule bakoitzarentzako uste zerrenda indibidualizatua erabil daiteke.

5.3 Zeharkako teknikak.

Teknika hauek erabilgarriak izan daitezke ikerlariak, arrazoi desberdinengatik, erantzuleek beren benetako aktitudeak ezkutatu ditzaketelako susmoa duenean.

Teknika hauen adibide batzuk:

5.3.1 Indize fisiologikoak.

Begi-ninien zabaldura-itxiera, indize elektrodermalak (azalaren erresistentzia elektrizitatearekiko), bihotz-abiadura, izerdiketa. Teknika hauei guztiei buruz esan daiteke aktibazio edo *arousal* orokorra neurtu bai, baina ezin dutela aktibazio positiboa

eta negatiboa bereiztu; ez dira, beraz, aktitudearen adierazleak.

Ikerlan batzuen arabera, ondoko bi prozedura izan litezke aktitudearen neurri fisiologiko egokiak: aurpegiko giharren mugimenduen indize bat (aurpegiaren jarduera elektromiografikoa) eta garunaren uhin-jarduera.

5.3.2 Informazio-testak.

Teknika hauek ondoko ideian oinarritzen dira: pertsona baten aktitudeek bere iritzi objetiboak eragiten dituzte; beraz, gai objetiboei buruz egiten dituen juzkuak aztertuz, zerbait ikasi daiteke erantzulearen aktitudeari buruz. Hammond (1948) autorearen akats-aukeraketa teknika adibide klasiko bat da: erantzuleari, objetiboa den datu bati buruz uste duena adierazteko eskatzen zaio, horretarako okerrak diren bi erantzunen artean bat aukeratu behar duelarik aukera anitzeko testaren itxura duen galdeketa batean. Adibidez, lan-zuzendaritzari buruzko aktitudeak neurtzeko, honelako item bat erabili zen: “finantza-txostenek erakusten dute negozio-dolar bakoitzeko, (a) 16 zentimo etekinak direla, (b) 3 zentimo etekinak direla”, benetako kopurua emandako bien artekoa izanik. Oinarrizko logika zen lan-zuzendaritzaren aldeko aktitudedunek etekinak gutxietsiko lituzketela, langileen aldekoek gainestimatuko lituzketelarik.

5.3.3 Teknika proiektiboak⁷.

Nescafe instanteko kafearekiko aktitudeei buruzko inkesta konbentzional batean, galdesortak galdera hauek barneratzen zituen: “Kontsumitzen al duzu instanteko kaferik?” (Ez) → “Zer ez zaizu gustatzen produktu horretan?” Erantzun tipikoa: “Ez zait gustatzen zaporea”.

Galdera konplexu bati emandako horren erantzun sinpleak susmarazi dezake estereotipo bat izan daitekeela: alde batetik elkarrizketatzaileaz libratzeko zentzuzko erantzuna da, eta beste aldetik, bestelako motiboak ezkutatzeko balio du. Horregatik, zeharkako metodo bat erabili zen: bi erosketa zerrenda, gauza guztietan berdinak batean izan ezik: zerrenda batean kafe tradizional bat agertzen zen, eta bestean, Nescafe instanteko kafea. Subjektu batzuek zerrenda bat ikusi zuten eta beste batzuek beste zerrenda; inork ez

⁷ Haire, M. (1950). Projective Techniques in Marketing Research. *Journal of Marketing*, Vol. XIV, N° 5, pp. 649-656.

Aktitudeak

zekien beste zerrendarik zegoela. Argibideak hauexek: “Irakurri ondorengo erosketa zerrenda. Saia zaitetz irudikatzen zerrenda egin zuen emakumea. Idatzi bere nortasun eta izaeraren deskripzio laburra. Adierazi, ahal baduzu, zein faktorek eragin duten zure irudi hori”. 50 pertsonak erantzun zuten zerrenda bakoitzaren aurrean, eta erantzunek oso material interesgarria eman zuten:

<p style="text-align: center;"><i>Shopping List I</i></p> <p>Pound and a half of hamburger 2 loaves Wonder bread bunch of carrots 1 can Rumford's Baking Powder Nescafé instant coffee 2 cans Del Monte peaches 5 lbs. potatoes</p> <p style="text-align: center;"><i>Shopping List II</i></p> <p>Pound and a half of hamburger 2 loaves Wonder bread bunch of carrots 1 can Rumford's Baking Powder 1 lb. Maxwell House Coffee (Drip Ground) 2 cans Del Monte peaches 5 lbs. potatoes</p>	<ol style="list-style-type: none">1. 48 per cent of the people described the woman who bought Nescafé as lazy; 4 per cent described the woman who bought Maxwell House as lazy.2. 48 per cent of the people described the woman who bought Nescafé as failing to plan household purchases and schedules well; 12 per cent described the woman who bought Maxwell House this way.3. 4 per cent described the Nescafé woman as thrifty; 16 per cent described the Maxwell House woman as thrifty. 12 per cent described the Nescafé woman as spendthrift; 0 per cent described the Maxwell House woman this way.4. 16 per cent described the Nescafé woman as not a good wife; 0 per cent described the Maxwell House woman this way. 4 per cent described the Nescafé woman as a good wife; 16 per cent described the Maxwell House woman as a good wife.
--	---

Irudia argi eta garbia da. instanteko kafeak “etxeko” kafetik eta familia zaintzearekin erlazionatutako tradizioetatik alde egitea esan nahi du. Kafea egitea errito garrantzitsua da, eta edatea intimitate eta erlajazio modu bat da, kafeari izaera berezia ematen diona. Kafe egitea arte bat da, eta etxeko gozotasunarekin erlazionatzen da. Kafe bat abegi onaren sinboloa da. Guzti hauek, kafearen ezaugarri erreal eta garrantzitsuak dira. Ez dira ezaugarri fisikoak, baina baloreak dira kontsumitzaileen bizitzan, eta erosketa eragiten dute. Instanteko kafeak suposatzen duen denbora aurrezte, abantaila baino, arazoa izan daiteke, tradizioei uko egitea den neurrian. Ikerlan honetan, Nescafé kafe “sintetikoa” erosten duen emakumea alferra, diru-xahutzailea, emazte txarra eta familiaren aurrekontu planifikatzaile txarra da. Galdera zuzenean, instanteko kafeari uko egin ziotenek zaporeari bota zioten errua. Hala ere, seguraski, erosketarako

benetako oztopoa beste hau da: norberak edo besteek Nescafé erosten zuen emakumearengan proiektatutako ezaugarriak gudan ikusteko beldurra. Galdera zuzen baten aurrean nekez erantzungo dute: “ez dut Nescafé erosten jendeak alferra eta emazte txarra naizela pentsatuko dutelako”.

Aurreko emaitzez gain, bestelako datu interesgarriak agertzen dira ere. Askotan, Nescafé erosten duen emakumea etxetik kanpo lan egiten duen neska gazte ezkongabe moduan irudikatzen da. ezaugarri hauek instanteko kafea erosteko “aitzakia” on bat dira. Aitzakia baten beharizanak kontsumitzailearen gogoan erosketarako oztopo bat dagoela erakusten du. Baina aitzakiak berak oztopoa ekiditeko modu bat erakusten du, eta erosketaren erresistentzia murriztuko duen komunikazio estrategiarako ideiak ematen ditu.

5.3.4 Priming (Prestaketa) prozedura.

Priming prozedura honetan datza: lehen, aktitudea neurtu nahi dugun objektuaren irudia erakusten zaie subjektuei. Ondoren, irudi positibo zein negatiboa dator, eta subjektuek, ahalik azkarren, bigarren irudi hori positibo zein negatibotzat sailkatu behar dute, normalean ordenagailuaren tekla bat edo beste sakatuz. Erreakzio denborak adieraziko du lehen irudiko objektuarekiko aktitudea positiboa ala negatiboa den: irudi positiboen aurrean erreakzionatzeko irudi negatiboen aurrean baino denbora gehiago behar badu subjektuak, lehen irudiko objektuarekiko aktitude negatiboa duelako seinalea litzateke. Izan ere, lehen irudiaren aurrean etiketa negatiboa aktibatu bada subjektuaren gogoan, azkar erantzungo du, aktibatuta dagoen eskema bera aplikatuta, objektu negatiboen aurrean, baina denbora apur bat beharko du, irudi positiboen aurrean erantzungo badu, eskema negatiboa desaktibatu eta positiboa aktibatu ahal izateko. Aitzitik, irudi negatiboen aurreko erreakzio denbora irudi positiboen aurrekoa baino luzeagoa izatea, lehen irudiko objektuarekiko aktitude positiboaren seinalea litzateke.



5.3.5 Elkarketa implizituen testa.

(Greenwald, Mchee, Schwartz, 1998): <https://implicit.harvard.edu/implicit>

6 Aktitudeak nola sortzen diren.

Ikusi dugunez, aktitudeak IKASIak dira. Nola, ordea? Hainbat teoria dago horretarako ere. Nagusienak honako hauek:

1. Esposizio hutsez.
- 2) Baldintzapen klasiko.
- 3) Baldintzapen operatiboz.
- 4) Moldaketaz (egokitzapenez).

6.1 Esposizio hutsez.

Aktitudeak esposizio hutsez ikasten direla da Zajonc-en teoriaren oinarritzko baieztapena (1.968). Alegia: estimulu bat berera behin eta berriz esponitzen garenean, estimulu bat berak behin eta berriz eragiten digunean, estimulu hori positiboki ebaluatzera jotzen dugu azkenean. Zenbat eta esposizioa handiago izan, orduan eta ebaluazioa aldekoagoa. Esposizio hutsez, beraz, ez estimulua irudi erakargarriren bati lotua doalako edo nola-halako saria eskaintzen duelako.

1.967ko otsailaren 27. Associated Press delakoak honako pasadizo honen berri jakin arazi zien bere bazkideei: " ikasle ondo misterioitsu bat aritu izan da Oregoneko

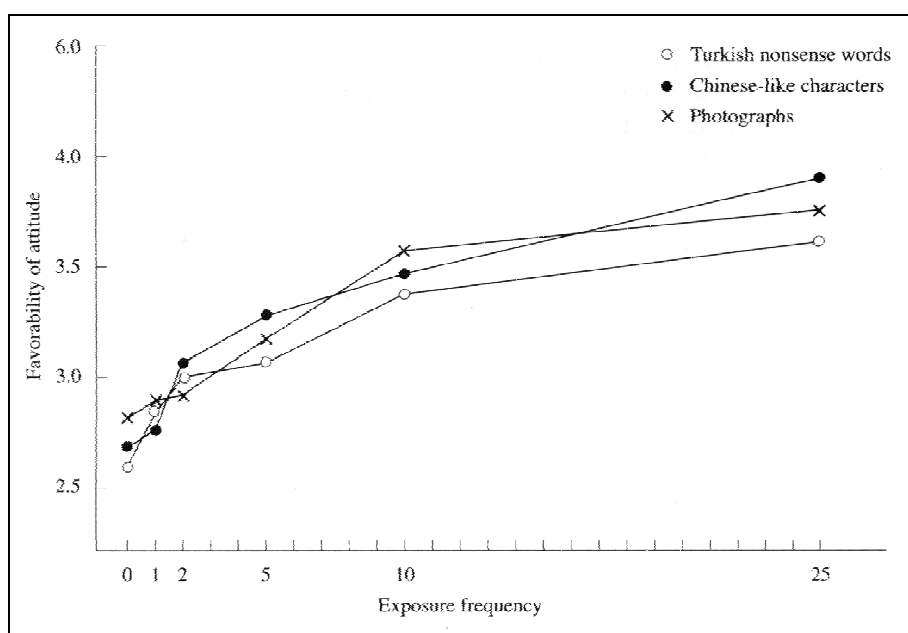
Aktitudeak

Unibertsitateko eskoletara joaten joan deneko bi hilabeteotan, zaku beltz batean bildurik, oinak besterik ezer ageri ez zuela. Astelehen, asteazken eta ostiralero goizeko 11etan gure ZAKUTZAR misterioitsua ikasgelako atze aldean eseri ohi zen, ikasmahai txiki batean. Hizkuntzako 113garren unitatea zen ikasgai, oinarrizko pertsuasioa...Charles Goetzinger, gela hartako irakasleak bazekien nor zen. 20 ikasleetako inork ere ez, ordea. Getzinger irakasleak dioenez, ikasleen aktituea Zakutzarreko etsaigotik mira bizira egin zuen, eta azkenerako adiskidetasunera.

Zajoncek zentzugabeko hitz batzuk erabili zituen esposizio hutsaren bere teoria frogatzeko: "afworbu, civrada, jandara, nansoma, iktitaf" bezalako hitzak errepikarazten zizkien ikasleei, 20, 10, 5, 2 aldiz. Frogatu zuenez, errepikatuenekeko aktitue positiboagoa garatzen zuten ikasleek. Beste hainbeste egin zuen karaktere txinarrekin, Pakistaneko musikarekin edota lizentziatura liburu baten argazkiekin. Subjektuei esaten zien esperimentuaren helburuak atzerriko hitzak ahoskatu, atzerriko hizkuntza bat ikasi edota ikus-oroimenarekin zerikusia zuela.

Aktitueak neurtzeko, subjektuek ebaluatu edo asmatu behar zuten hitz turkiar edo irudi txinar bakoitzaren esanahia noraino izan zitekeen positiboa edo negatiboa, eta argazki bakoitzean agertzen zena noraino zuten gustuko, Otik 6rako eskala batean.

Emaitzak ondoko irudian agertzen dira:



Aktitudeak

Bornsteinek (89, 59 or.) dioenez, estimulu batekiko esposizio hutsak jarrera positiboa eragin dezan, hainbat baldintza bete behar dira:

- Beste estimuluekin nahasi, hobe.
- Zenbat eta esposizio-aldi laburragoak, hobe.
- Zenbat eta estimulu konplexuagoa, hobe.
- Esposizio-kopurua zenbat eta handiago, orduan eta hobe, neurri jakin bateraino. Handik aurrera, berriz, eraginkortasunak behera egiten du. U itzulikatu baten itxura hartzen du, beraz, erlazioak.
- Estimulu familiarrek apenas eraginik duten aktitudeetan.

Nola liteke esposizio hutsak aldeko jarrera sortzea? Galdera horri bi erantzun nagusi eman izan zaizkio. '

1. Zajoncek (68) dioenez, estimulu ezezagunek erantzun mordo bat eragiten dute, horietako asko elkarren kontrajarriak. Hartara, subjektuari ezinegon halako bat sortzen zaio, eta hura konpondu arte ez du onik. Estimulua errepikatu ahala, erantzunetako bat nagusitzen joaten da, eta azkeneratu erabat gailentzen. Demagun "afwordu" hitz zentzubakoa. Hasieran "Word", hitza, eta "if" kondizionala, eta beste hainbat iradokitzen dizkigu. Azkenerako, horietako bat gailentzean, atsegin hartuko genuke, teoria honen arabera.

2. Bigarren azalpena, Berlyne-ri (70) zor zaio. Ikerlari honen ustetan, bi prozesu dabiltz hor borrokan: ohitze- eta aspertze prozesuak, alegia.

Hasieran, estimulua mehatxu bat da. Gero ohitu egiten gara hartara. Neurri batetik gora, hala ere, asperra etor liteke. Horrela uler liteke errepikapenak neurri bateraino indarra izatea, eta hortik gora kaltegarri gertatzea. Arrazoi berberarengatik, estimulu sinpleetara errezago ohitzen garenez, normala da estimulu konplexuak hobeak izatea errepikatzeko. Alderantziz esanda, estimulu bat (iragarki bat, kasu) askotan errepikatu behar baldin badugu (irratiko kuñen kasua), orduan hobe dugu estimulu konplexu samarra jartzea, bestela hartzaileak berehala ohituko baitira hartara, eta aspertuko.

Gaur egun, bi teoriok hobegarri direla esan daiteke. Besteak beste, aprendizai subjektuaren oharpenik gabe gertatzen baita askotan.

Aktitudeak

Bizitza errealeko adibide asko eman litezke, esposizio hutsaren bidez sorturiko aktitudeen eredu. Horietako bat, Parisko Eiffel dorrearena aipatzen dute adituek. Eraiki zenean (1.889), izugarrizkoak esan ziren haren kontra: Parisko irudia guztiz lardaskatuko zuela, eta gisakoak. Botatzeko ere egon ziren, hain zen haren kontrako mogida handia. Ikusiraren ikusiz, ordea, ez bakarrik ez dio Parisi kalterik egin, Frantziako hiruburuaren sinbolo nagusi izatera heldu baita.

Hedabideetan behin eta berriz agertzen diren pertsonaiekiko aktitude positiboa ere hortik uler liteke akaso. Ez dago beti onerako zer aipaturik. Behin eta berriz agertze hutsak sor lezake, besterik gabe, aldeko aktitudea. Konprobaturik dago, hautagai ezezagunak direnean, hauteskunderen emaitzak publizitatean gastatu den dirutzaren araberakoak izan ohi direla.

Ondo ohartzen baldin bagara, telebistako iragarkiek ongi bai ongi betetzen dituzte gorago aipaturiko baldintzak. Jeneralean, beste iragarkiez inguratuz agertzen dira, estimulu konplexuak izaten dira, laburrak...

Mita, Dermer eta Knight (1977): esposizio hutsaren efektuak auto-ebaluazioa eragin dezake ere. Gure aurpegia guztiz simetrikoa ez denez, ispiluan ikusten dugun gure aurpegia ez da gure lagunek ikusten dutenarekin berdina. Bi aurpegikerak erakusten dituzten argazkien aurrean, gehienok ispiluko irudia nahiago izaten dugu, gure lagunek bestea nahiago izaten duten bitartean.

Franzen (1994): atentzio aurreko maila ez kontzientean baino prozesatzen ez diren iragarkiak, errepikatuz gero, erantzun afektiboa eragitera hel daitezke. Esposizio hutsaren ondorioz, ezagun, erakargarri izateko sentimenduak sortaraz ditzakete, hau da, aktitude positibo orokorrak, mezuen prozesaketa kognitibo kontzienterik gabe.

Esposizio hutsaren efektua ez zaie aplikatzen aktitude negatiboak jadanik eratuta dauden objektuei. Estimuluekiko alde aurreko aktitudeak positiboak edo neutralak izan behar dute.

6.2 Baldintzapen klasikoa.

Esposizio hutsak esplikatu dezake nola indibiduek objektuekiko sentipen onen jabe egin litezkeen. Baina aktitudeak hori baino konplexuago dira, afektuaz gainera ezagutza

Aktitudeak

sartzen baita jokoan.

Aktitudeak sortzeko modurik indartsuenetako bat, objektuen arteko asoziazio edo elkarketaren bidezkoa da. Baldintzapen klasikoa, alegia.

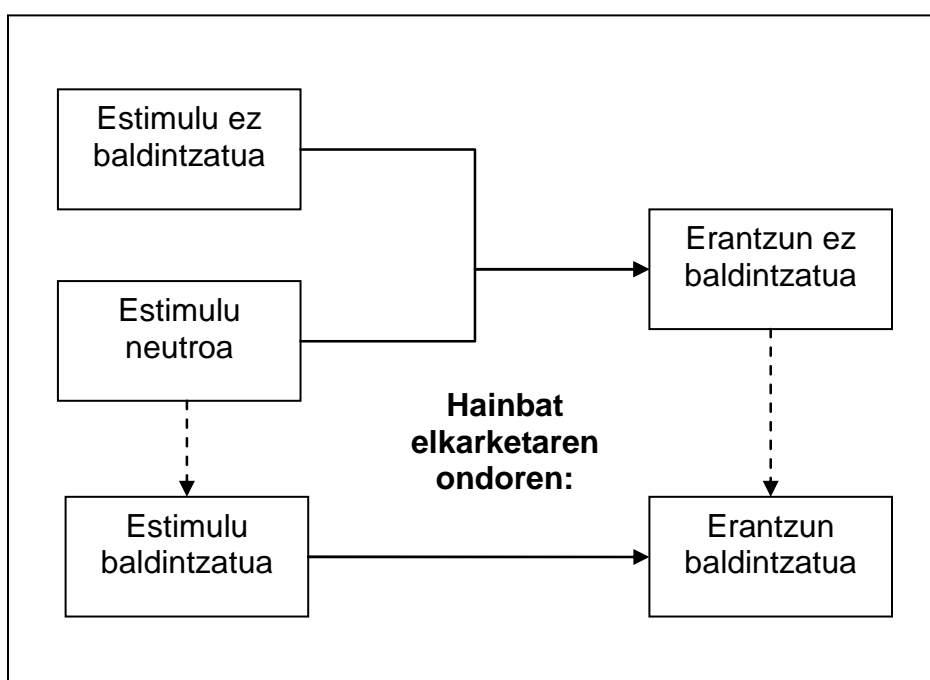
Ivan Pavlov dugu teoria edo honen aitapontekoa. Joan zen mendearen amaieran egin zituen bere esperimentu ospetsuak. Ordurako iraultza handia zen ikusmolde hori, garai hartan dena genetikari leporatzen baitzitzaien, herentziari. Pavlovek erakutsi zuenez, berezkoak adina pisu izan lezake gerora ikasiak.

Pavloven esperimentua topiko ere bihurtu da. Zakur bati janari hautsak jartzen zizkion muturraren aurrean, eta era berean txirrin baten hotsa entzuten zen. Zakurra ttua isurtzen hasten zen janariari usain egin orduko. Behin eta berriz bi estimuluok (janaria eta txirrin-hotsa) elkarren ondoan jaso ondoren, txirrin hotsa entzute hutsarekin hasten zen zakurra ttua isurtzen, inguruan janari arrastorik batere gabe.

Esperimentu horretan, janaria ESTIMULU EZ BALDINTZATUA litzateke, berez ondorio bat eragiten duena. Txirrina, berriz, ESTIMULU BALDINTZATUA litzateke, estimulu ez baldintzatuaren ondoan egotetik baitatorkio bere indar eragilea, berez izango ez lukeena.

Marketing testuinguru batean, estimulu ez baldintzatu esanguratsua kontsumitzaileen erantzun positibo jakina (*Erantzun ez baldintzatu* ondorengo irudian) ekarriko duen zerbait izaten da. Adibidez, estimulu ez baldintzatu iragarki batean umorea erabiltzea izan liteke. Estimulu ez baldintzatu esanguratsu hau (adib., umorea) estimulu neutro batekin (adib., produktu batekin) behin baino gehiagotan elkartuz (publizitatearen bitartez), kontsumitzaileak “ikasten du” estimulu neutroari erantzuten estimulu ez baldintzatuari erantzuten dion modu berean, azken hau falta denean ere. Elkarketa hau ikasita, estimulu neutroak *estimulu baldintzatu* izena hartzen du, eta erantzun ez baldintzatu *erantzun baldintzatu* bilakatzen da (ikusi ondorengo irudia).

Aktitudeak



Fenomeno honen oinarrian bi prozesu desberdin egon daitezke:

- Subjektuak ikasten du baldintzapen erlazio bat (...ez gero, orduan ...) dagoela estimulu baldintzatu (Pavlov-en esperimenduetan, txirrin-hotsa) eta estimulu ez baldintzatuaren artean (janaria).
- Gestalt printzio bat, alegia, elkarren ondoan dauden gauzak osotasun bat osatzen dutela pertzibitzea, hau da, taldekideak direla, eta horregatik, antzekoak direla.

Baldintzapen klasikoaren teoriaren arabera, beraz, edozein estimulu neutroko eragin dezake berea, baldin eta estimulu hori beste estimulu eragile baten alboan behin eta berriz agertzen baldin bada.

Jon Sarasua eta Andoni Egañaren "zozoak beleari" liburuan Andoni Egañak kontatzen duen Igeldoko hartzaren pasadizoa baldintzapen klasikoaren adibide polita da. Han kontatzen denez, behiala Igeldoko parkean umeen entretenigarri egon zen Urtxula hartzari honela erakutsi zioten dantzan: musika jakin bat entzuten zen bakoitzean, hankapean burdinezko xafla bat gori-gori jartzen zioten, eta berotasunari nola-hala aurre egiteko orain hanka bat, gero bestea altxatzen hasten omen zen hartza. Halako batean, nahiz xafla berotu ez, musika hura entzun orduko "dantzan" hasten zen.

Gizakiekin ere beste hainbeste gertatzen dela, John Watsonek (1.900) frogatu zuen,

Aktitudeak

horretarako haur bat erabili zuelarik, Albert, 13 hilabetekoa.

Albertek ondo erakutsia zuen animaliekiko bere zaletasuna. Zakur edo katuren bat non agertzen, hara egiten omen zuen, batere beldurrik gabe, umeak. Watsonek kuia zuri bat jarri zion gelan. Haurra animaliarengana hurbiltzen zen bakoitzean, Watsonek ikaragarritzko kolpea jotzen zuen burdin xafla batean, haurraren atze aldean. Behin eta berriz horrela jokaturik, azkenerako Albert gizajoak negarrez hasten zen kuia ikusi orduko.

Raztanek (40) frogatu zuenez, eslogan berberak oso balioztapen diferenteak sortzen zituzten luntx atsegin batean erakutsita eta usain txarreko gela batean erakutsita. Lan-otorduak egitearen joera horrek hementxe du bere azalbide nagusia.

Pertsuasioan erabiltzen diren estimulu ez baldintzatu gehienak maila sinbolikokoak izan ohi dira, ez zuzenean eragin fisiologikoa dutenak. Hitz abstraktuak, balioak, sinboloak erabiltzen direnenan, GOI MAILAKO BALDINTZAPENA esaten zaio (high order conditioning).

McCracken (1986): marka bat zenbait irudirekin elkartuz, hala nola, pertsona ospetsuak, modeloak, paisaia eder bat edo beste edonolako irudia, markek, esanahi kulturalak bereganatzen dituzte. Ondoren, kontsumitzaileek, marka erabiliz, esanahi positibo horiek bereganatzen saiatzen dira.

Staats eta Staats (1957): hainbat hitz parekatu zituzten zentzu gabeko silabekin: hitz positiboak (polita, gozoa, osasuntsua), hitz negatiboak (gaixorik, porrota, pozoia), akzio hitzak (azkarra, basatia, tenk), ahalmen hitzak (boteretsua, atletikoa, zakarra), ahulezia hitzak (ahula, leuna, apurkorra). Ondorioz, zentzu gabeko silabek elkartutako esanahiak hartu zituzten.

Staats eta Staats (1958): hitz positiboak eta negatiboak parekatu zituzten nazionalitate izenekin (hala nola, grekoa, frantsesa), eta gizonen izen bereziekin.

Staats, Staats eta Heard (1961): zentzu gabeko silabak parekatu zituzten gauza borobil eta karratuen izenekin. Berrero ere, esanahia transferitu egin zen.

Kim et al (1996): lasterketa kotxe baten irudia (estimulu ez baldintzatua) parekatu zuten sistematikoki Pizza marka izen batekin. Ondorioz, kontrol taldekoekin konparatuta

(marka izena eta kotxearen irudia elkartuta ikusi ez zutenekin konparatuta) subjektuek marka izenari puntuazio altuagoak eman zizkioten ondoko atribuetan: etxera azkar bidaltzea, bero heltzea eta fidagarritasuna.

Till eta Priluck (2001): kolonia marka izen asmatu bat (Tanist) elkartu zuten gauza maskulinoen irudiekin (gizon erakargarria trajez jantzita, erreka basatian beheara doan piragua, eskalatzailak) edo gauza femeninoen irudiekin (neska erakargarria, marrubizko pastel bihotz formakoa, eserita dagoen neska baten profila). Aurre-test batean frogatu zuten subjektuek irudi horiek maskulino eta femeninoztat jotzen zituztela. Ondorioz, marka izena gizonentzako ala emakumeentzako pertzibitzen zen.

Zenbaitetan, norberak bizi ordez, inoren bidez funtziona dezake baldintzapenak. **BALDINTZAPEN ORDEZKATUA** esaten zaio orduan. Bergerrek, (60) egin zuen esperimentuan argi azaltzen da hori.

Esperimentu horretan, ikerlariarekin sozio zen pertsona bati elektrodoak jartzen zitzaizkion. Deskarga itxura egiten zuen bakoitzean, oihuka hasten zen pertsona hori, minez bailegoen. Deskargekin batera, txirrin berezi baten hotsa entzuten zen. Hari begira zeuden subjektuak, azkenerako, izutu egiten ziren txirrina entzun bakoitzean.

Adituak ez datoz bat baldintzapen klasikoaren eraginaren zergatia azaltzerakoan. Zenbaitentzat, subjektuaren oharpena ezinbestekoa da baldintzapenak berea egin dezan. Beste zenbaitek dioenez, subjektuak ez du zertan estimuluen arteko loturaz ohartun izan eragina gauza dadin.

6.3 Baldintzapen operantea.

Subjektuaren erantzunak sarituz / zigortuz ere lor liteke aktitude jakin batzuk ikastea. Sari eta zigor horiek askotarikoak izan litezke:

- Greenspoon (55). Ikerlari honek hizketa-jeneroetan zentratu zituen ikerketak. Bere esperimenturik sonatuenetako batean, subjektuek plurala erabiltzen zuten bakoitzean berak "Mm, mm!" esaten zuen, onarpen gisa (saria). Hala sarituriko subjektuek plural gehiago erabiltzen zuten gero hizketa librean.
- Debatea (Scott, 57). Bi ikasle gai baten inguruan. Debatea amaitu ostean, ikasleetako bati garaile irten zela esaten zitzaion, besteari, berriz, galdu zuela. Irabazletzat jotako

Aktitudeak

ikasleak bere aktitudea debatean aldezturiko jarrerara egokitzeko joera azaltzen zuen.

- Insko-k (65) inkesta batzuk egin zituen ikasleen artean, jaialdi bat antolatzearen alde onen eta txarren inguruan. Alde onekin adostasuna azaltzen zuten inkestatuei "bai" edo "oso ondo" esanez gero, jaialdiaren aldeko aktitudea sendotu egiten zen.

6.4 Moldaketa (modeling).

Beuf-ek (74) kontatzen duenez, neskato batek izugarrizko atsekabea omen zeukan, sekula ezingo zuelako hegan egin. Ea hori zergatik uste zuen galdetu zitzionean, berak erantzun zuen mutilek bakarrik egin dezaketela hegan. Irensten zituen marrazki bizidunetan, antza, hegalari guztiak arrak ziren.

Horri esaten zaio, hain justu, moldaketa (modeling) bidez aktitudeak sortzea. Inolako zigor /saririk gabe, bi estimulu lotu gabe, projekzio hutsez egiteari, alegia. Modeluak, zer esanik ez, benetakoak izan litezke, edo fikziozkoak.

7 Aktitudea eta jokabidea

Aktitudeak zer diren, nola sortzen eta aldatzen diren ikusi dugu orain arterainokoa.

Esan dugun bezala, aktitudeak konstruktoak dira, pertsuasioaren prozesuan bestela nekez esplika daitezkeen kontuak ulertzeko hipotesiak. Prozesuan benetan behagarri, atzemangarri, ordea, kanpotik datorren mezua eta subjektuaren jokaera, kondukta dira.

Egin beharreko galdera, beraz, honako hau dugu: ze erlazio dago pertsona baten uste, aktitude eta jokaeren artean? Izan ere, aktitudeak jokaerarekin zerikusirik ez balu, alferlana litzateke aktitudeak aztertzen horrenbeste neke hartzea.

Ez da, beraz, harritzekoa, aktitudeen eta jokabidearen arteko erlazioarena hain aztertua izatea. Hasierako garaietan aktitudeak jokabidaren aurrekari, sintoma fideltzat hartzen ziren. Gero, berriz, erabateko etsipena edo uste ezkorra nagusitu zen. Gaur egun, berriz, iritzi hedatuena honako hau da: aktitudeek jokabidea auresateko balio dute, baldintza jakin batzuekin.

Aktitudeen eta jokabidearen arteko ezkortasunaren oinarrian, La Piere-k 1.934ean eginiko esperimentu bat dago, klasiko bilakatua.

La Pierek bidaia bat egin zuen aipatu urtean USAetan barrena, txinar arrazako bikote

Aktitudeak

bat lagun zuelarik. Han-hemenka geratu, eta jatetxe eta hoteletan bezero izan ziren bi urteko bidaiari. Autoreak dioenez, batean izan ezik, ez zuten izan inolako arazorik zerbitzatuak izateko.

Handik bueltan, gutun bana bidali zuen bisitaturiko jatetxe eta hotel bakoitzera, honako galdera hau eginez: onartuko al zenukete zuenean txinar arrazako bezerorik? Erantzuna, % 90ean, ezezkoa izan zen.

Esperimentu horretan ikusi zuten askok aktitudeek ez zutela zerikusirik jokabideekin. Aurrerago, berriz, beste esperimentu eta teoria batzuek areagotu egin zuten aktitudeekiko mesfidantza. 1970etan jo zuen aktitude kontzeptua bere punturik behearena. Ustez balio ez zuenez jokabidea aurreratzeko, ikerlari batzuek aktitude kontzeptua bertan behera uzteko proposamena ere egin zuten.

Gaur egun, berriz, aktitudearen kontzeptua guztiz zentrala da berriro ere pertsuasioaren ikerketan. Frogatua dago aktitudeak eta portaerak bat etortzen direla neurri batean (zehazkiago, egungo berrikusketek .38 eta .47 bitartean estimatzen dute aktitude-portaera batez besteko koerlazioa). Aktitudearen balioa ustez ezeztatzen zuten esperimentuak kritikoki erreparaturik iritsi dira adituak ikuspuntu horretara. La Pierren esperimentuaren akats metodologikoak, esate baterako, agerian jarri dituzte, eta ez dago esaterik esperimentu horrek, egin zen moduan eginik, behintzat, ezer frogatzen duenik.

Besteak beste, autoreak berak onartzen du bere lagun txinarrak oso jende "personable" zirela. Galderan, berriz, arraza txinarrakoei buruzko jarrera orokorra galdetzen zen, eta une haietan istilu handia zebilen inmigrazioa zela eta ez zela. Bestalde, aurrez-aurreko harremanean zailago ohi da ezezkoa ematen. Ostatueta atenditu zituztenak eta gutunei erantzun zietenak pertsona berak ote ziren ere ez dago garbi... baldintza horietan normala da aktitudeak eta jokabidea bat ez etortzea.

Gaur egungo pertsuasio adituek, hain zuzen ere, horixe dute aztergai: noiz, zein baldintzetan, zergatik diren aktitudeak jokabidearen bideratzaile.

Askotariko baldintzak aipatzen dituzte adituek. Labur esanda, lau multzotan sailka daitezke baldintzok: Egoerari dagozkionak, hartzailearen nortasunari dagozkionak, aktitudearen jatorriari dagozkionak, eta neurtze-kontuei dagozkienak. Ikus ditzagun,

labur bada ere, lau sailok:

7.1 Egoerari dagozkion baldintzak.

Pertsuasio-saioak hiru egoera motatan gerta litezke:

Egoera barruratzailleak (individuated situations), non pertsonak beren aktitudeekin parez-pare jartzeko aukera duten. Adibidez, gai jakin bati buruzko mintegi batean, partaideek joera izango dute, jeneralean, beren barruko sentipen eta aktitudeen arabera funtzionatzeko. Horrelakoetan, beraz, aktitudearen eta jokabidearen arteko egokitasuna handia izan ohi da.

Egoera kanporatzaileak (deindividuated situations), non subjektuei oso zaila, ia ezinezkoa zaien beren aktitudeei erreparatzea, eta kanpoko eragileen arabera jokatzeko joera duten. Zenbait sektetan gertatu ohi diren suizidio masiboek, adibidez, ez dute frogatzen beren buruez beste egin duten horiek suizidioaren aldeko aktitudea zeukatenik.

Gidoi-araberako egoerak (scripted situations). Demagun pertsona batek jarrera positiboa duela kaleko inkestekiko, berak hortixe ateratzen duelako bizimodua. Gauez, hiri handi batean ezezagun bat hurbiltzen bazaio paraje bakartian inkesta bat egin nahi diola esanez, agian ez du gure subjektuak bere aktitudearen arabera jokatuko (ez duela, alegia, erantzungo). Horrelakoetan, aldeztatik idatzirik gidoi batean bezala jokatu ohi dugu: gauez ezezagun bat, ospa...

Horrez gainera, kontuan hartu behar da aktitudea osatu denetik jokabidea gauzatzen den arte zenbat denbora pasa den. Zenbat eta denbora gehiago, orduan eta koherentziarik eza handiago izateko arriskua izango da noski. Ez da hipokresia edo zurikeria kontua, arrazoi asko egon litezke gure jarrerek aginduko luketeenaz bestela.

Denboraren joanak esplikatu dezake berez ere inkoherentzia. Horrez gainera, kontua hartu behar da denbora hori ez dela denbora hutsa, beste mezu batzuk tarteka litezkeela hor, gurearen kontrakoak ere bai batzuk.

Presio soziala ere aintzat hartu beharreko elementua da, aktitudeen eta jokabideen arteko desadostasunetik ondorioak ateratzen hasi baino lehenago.

7.2 Hartzailearen nortasunari dagozkion baldintzak.

Darabilgun gaiari dagokionez, bi jende-mota bereizten dira, lehenago ere aipatu ditugunak:

Auto-kontrolatzaile edo irudizain handiak (high self monitoring individuals), alegia, uneoro inguruan ematen ari diren irudiari garrantzia ematen diotenak.

Ez-autokontrolatzaile edo irudizain txikiak (low self monitoring individuals), gehienetan beren barne sinismenen arabera jokatu ohi dutenak.

Esan gabe doa, batzuek eta besteek ez dutela berdin jokatzen egoera diferenteetan.

7.3 Aktitudearen jatorria.

Aktitude-objektuarekiko esperientzia zuzenean oinarritzen diren aktitudeek hobeto auresaten dute objektuarekiko geroko portaera zeharkako esperientziatik sortutako aktitudeek baino. Adibidez, Cornell Unibertsitatean ikasleentzako alokairu-etxe falta gertatu zen eta, zenbait ikasle behin-behineko lekuetan eman behar izan zuten denboraldi bat (arazoarekin lehen eskuko esperientzia izan zuten, beraz); beste ikasle batzuek, berriz, hasieratik lortu zuten behin-betiko ostatua (arazoa, beraz, zeharka ezagutu zuten). Bi taldeek zeukaten aktitude negatibo berdina ostatu-krisiari buruz, baina aktitude-portaera erlazioaren indarra desberdina zen. Arazoarekin esperientzia zuzena izan zutenek, aktitudearekin koherenteak ziren krisia konpontzeko portaera gehiago gauzatu zuten besteek baino (Regan eta Fazio, 1977).

Antzeko efektua aurkitu zuten Smith eta Swinyard (1983) autoreek aktitude-portaera egokitzapena konparatu zutenean produktuarekiko aktitudea lagin bat probatzetik (esperientzia zuzena) zein publizitate mezuetatik (zeharkako esperientzia) sortua zen arabera. Aktitude-portaera egokitzapena askoz handiagoa zen produktua probatzeko aukera izan zutenen kasuan iragarkiak ikusi zituztenen kasuan baino. Adibidez, produktuaren erosketa koerlazonatuago zegoen proban oinarritutako aktitudeekin (.57) publizitatean oinarritutako aktitudeekin baino (.18).

7.4 Aktitudearekin bat datorren portaera eragiten.

Batzuetan, pertsuaditzailearen erronka, aktitudeak aldatzea baino, jendeak dituen aktitudeekin bat datorren moduan jokatzerara bultzatzea da. Adibidez, ez da nahikoa

Aktitudeak

izaten jendea konbentzitzea osasunarekiko aktitude positiboak izan ditzan (izan ere, seguraski jendeak baditu jadanik aktitude horiek); gauzak horrela, jendea konbentzitu behar da aktitude horrekin bat datozen erabakiak har ditzan (ariketa fisikoa, dieta edo azterketa medikoa egitea bezalakoak). Era berean, ingurugiroa zaindu eta energia aurrezteari buruzko aktitude positiboak dituzten pertsona askori bultzatu behar zaie zentzu horretan jokatu dezaten (birziklatu, etxea ondo isolatu eta termostato egokia jarri, produktuak erostean pakete gehiegi ekiditea, garraio publikoa erabiltzea, ...). Koherentzia hori areagotzeko, hiru estrategia komentatuko ditugu hemen.

Aktitude eta portaera-erabakien arteko lotura azpimarratzea. Pertsonak beren aktitudeekin bat datorren moduan jokatzeko joera handiagoa daukate hartu behar dituzten portaera-erabakiak aktitudearekin zerikusia dutela konturatzen direnean. Snyder eta Kendzierski (1982) autoreen ikerlan batean, ikerketa psikologikoari buruzko aktitude positiboak zituzten unibertitate ikasleak izan ziren subjektuak. Eskatu zieten psikologia esperimentu batean boluntario moduan parte hartzeko; betebeharra neketsua zen, laborategira egun askotan eta ordu txarretan joatea suposatzen baitzuen. Izan ere, %25a baino ez zen boluntario aurkeztu. Eskaerari erantzun aurretik subjektuek “kasualitatez” entzun zuten beste bi ikasle (ikerleen laguntzaile ezkutuak) gaiaz hitz egiten ari zirela. Lehen “ikasleak” zera zioen: “ez dakit zer egin, boluntario izan ala ez. Zuk zer uste duzu?” Kontrol taldean, bigarren “ikasleak” zera erantzuten zuen: “ez dakit, zeuk erabaki”. Talde esperimentalean, berriz, erantzuna ondokoa izan zen: “zeuk ikusi behar duzu esperimentuek merezi duten ala ez”. Erantzun honen bitartez azpimarratu nahi zen ikerketa psikologikoari buruzko aktitudeak garrantzitsuak direla egoera horretan erabakia hartzeko. Esan bezala, kontrol taldean %25 baino ez zen boluntario aurkeztu (hau da, haien aldeko aktitudeekin bat jokatu zuten), talde esperimentalean, berriz, %60ak hartu zuen parte.

Portaera eragiteko modu bat, beraz, erabaki hori pertsonak jadanik dituzten aktitudeekin zerikusia duela azpimarratzea da. Honen adierazle, saldu izan diren milioika ordenagailu, ordenagailu programa, entziklopedia, eta abar, saltzaileek ondoko argudioa erabiliz: “seme-alabek heziketa ona izan dezaten nahi duzu, ezta?, abantaila izan dezaten eskolan, bizitzan aurrera egin dezaten”.

Aktitudeak

Hipokrisia sentimenduak sortaraztea. Guztiok egin dugu inoiz gure aktitudeen kontra zegoen zerbait; ikerketek frogatu dute “hipokrisia” hori aprobeztatu daitekeela aktitudearekin bat datorren portaera eragiteko. Zehazki, aktitudea eta iraganeko aktitude-portaera inkoherentzia gogora ekartzea baino ez dago. Adibidez, Stone, Aronson, Crain, Winslow eta Fried (1994) autoreek sexu segurua hartu zuten gaitzat. Batetik, gogora ekarri zuten aktitudea (subjektu batzuk sexu seguruari buruzko testu bat idatzi eta banandu behar zuten); bestetik, gogora ekarri zuten aktitudearen kontrako iraganeko portaera (subjektu batzuek zerrendatu behar zituzten kondoa erabili ez zutenen aldi desberdinak). Gogora ekarritako aktitude eta portaera inkoherentearen konbinazioak ondoko aktitude-portaera koherentzia handiagoa ekarri zuen (subjektuek kondoi gehiago erosi zuten esperimentuaren amaieran) estrategia horietako bakar batek baino.

Sentimenduen aurrikuspena eragitea. Estrategia honetan, jendeari pentsa arazten zaio nola sentituko diren haien aktitudeen aurka jokatzuz gero. Damu eta errua bezalako sentimendu aurrikusiek portaera-erabakiak eragiten dituzte. Estrategia, beraz, sinplea da. Adibidez, Richard, van der Pligt eta de Vries (1996) autoreek eskatu zieten subjektu batzuei sexu ez segurua egin ondoren nola sentituko ote ziren irudikatu eta adierazteko (zerrenda bateko emozio positibo eta negatiboak sentitzeko probabilitatea eskala batean markatuz); beste subjektu batzuei, berriz, sexu ez seguruarekin lotuta sentitzen zutena adierazteko eskatu zieten (zerrenda berdinarekin). Ondoko emaitzetan ikusi zen lehenengo taldekoek kondoa erabiltzeko asmo handiagoa zutela eta erabili, gehiagotan erabili zituztela.

Laburbilduz, hiru estrategiak aprobeztatzen dute gizakion koherentzia beharizan orokorra, bakoitzak motibazio hori modu diferente batean pizten duelarik. *Lotura azpimarratzea* estrategiak honelako zerbait esatea suposatzen du: “agian ez zara konturatu, baina hau da zure aktitudearekin bat jokatzeko aukera”. *Hipokrisia eragitea* estrategiak zera dio: “zure aktitudearen aurka jokatu duzu, baina hau da koherentea izateko aukera”. Azkenik, *emozio aurrikusien* estrategiak zera adierazten du: “hau da zure aktitudearen arabera jokatzeko aukera – pentsa ezazu zein txarto sentituko zaren hala egiten ez baduzu”.

7.5 MODE eredua.

Faziok (1990), ikuspegi soilago bat eman zuen aktitudearen eta jokabidearen arteko bat-etortzeari buruz.

MODE (*Motivation and Opportunity as Determinants of the attitude-behavior relation*) ereduak, aktitude → portaera prozesua espontaneo (aktitudeak modu automatikoan eragiten du bulkadazko portaera) ala pentsatua (aktitudeaz gain, subjektuak portaera posible desberdinak aztertzen ditu erabaki egokia hartu nahian) izango den baldintzatzen duten aldagaiak zehazten ditu.

MODE ereduak honela definitzen du aktitudea: oroimenean gordeta daukagun objektu baten eta objektu horren ebaluazioaren arteko lotura da aktitudea. Objektu-ebaluazio lotura horren indarrak inplikazio garrantzitsuak ditu aktitude-portaera loturarako.

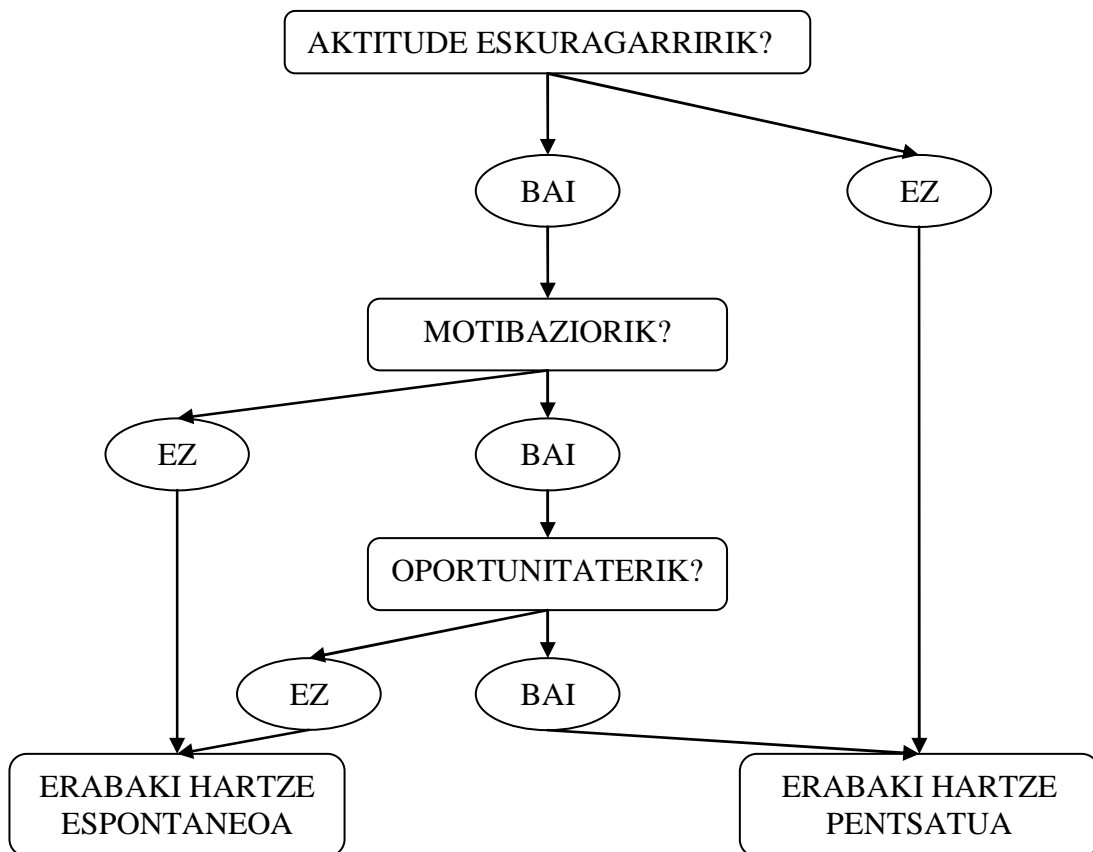
Aktitude guztiak kokatzen dira indar-*continuum* baten nonbait, “ahul”-etik “indartsu”-ra doana. “Ahul” muturrean, aktituderik eza legoke, hau da, objektua eta ebaluazio baten arteko loturatik eza. Indar dimentsio honetan zehar beste alderantz mugitzen garenean, objektu-ebaluazio lotura eskuragarriagoak dituzten aktitudeak topatzen ditugu. Aktitudeak oso eskuragarriak direnean, objektua ikusteak berak automatikoki aktibatzen du erantzun ebaluatiboa (honen adibidea litzateke erretzaile batek zigarro bat ikustean sentitzen duen irrika).

MODE ereduak bi aktitude-portaerarako prozesu desberdin bereizten ditu. Diferentzia honetan datza: portaera zein neurritan den erreakzio espontaneo momentuko egoeraren pertzepzioaren aurrean, ala izan litezkeen portaera-aukera desberdinak eta horien ondorioak arretaz aztertuz hartutako erabaki pentsatua.

Ereduaren arabera, bi dira prozesu bat ala bestea gauzatuko den baldintzatzen duten aldagaiak, alegia, pentsatzeko MOTIBAZIOA eta pentsatzeko AUKERA. Subjektuak ahalik eta erabakirik onena hartzeko ahalegina egiteko prest badago (adibidez, portaerak izango dituen ondorioak pertsonalki oso garrantzitsutzat jotzen dituelako), eta aukeren azterketa arretatsua egiteak eskatzen duen lana egiteko aukera badauka (adibidez, azterketa egiteko denbora badauka), erabaki hartzea pentsatua izango da eta ez bulkadazkoa. Aitzitik, dena delakoagatik motibazioa edo aukera falta baldin badira, litekeena da portaera bulkadazkoa, espontaneo izatea. Hona adibide bat: eman dezagun

Aktitudeak

bidaia egin dugula atzerriko herri batera eta itzultzeko aireportuan gure hegaldiaren zain gaudela, gozo-denda batera sartzen garelara zerbait erosteko asmoz. Helburua norbaitentzako oparia erostea baldin bada (hona motibazioa), litekeena da gustukoen daukaguna erosi beharrean (gure aktitudearen arabera portaera espontaneo) pertsona horren gustuaz dakigunaren arabera erostea (gure aktitudeaz gain, beste faktoreak kontutan hartuta ahalik eta erabakirik onena hartzen saiatzea). Hala ere, gure hegazkina irtetear badago eta erosketa arineketan egin behar baldin badugu (pentsatzeko aukerarik ez), ziur aski gustuko ikusitako lehena erosiko dugu (aktitudeak espontaneoki gidatutako portaera).



Sabonmatsu eta Faziok ereduaren testa egin zuten ondorengo esperimentuaren bitartez: Subjektuek bi gune komertzial buruzko informazioa jaso zuten: baten kasuan (A), sail guztiei buruzko informazioa positiboa izan zen, ebaluazio negatiboa zuen argazki kamaren sailari buruzkoa izan ezik. Bestearren kasuan (B), berriz, kontrakoa gertatzen zen: ebaluazio orokorra negatiboa zen bitartean, argazki kamaren sailari buruzko ebaluazio positiboa zuen B guneak. Informazioa irakurri ondoren eta bi guneei buruzko

Aktitudeak

aktitude orokorra eratu ondoren (A = positiboa; B = negatiboa), subjektuek erabaki behar zuten zeinetara joko zuten argazki kamara bat erosteko. Egoera hauxe zen: subjektuek aktitude orokorra erabil zezaketen erabakia hartzeko, ala gune bakoitzaren atributuei buruz gogoratzen zutena. Lehenengo kasuan, prozesua espontaneo, erraza, pentsatzea eskatzen ez duena izango litzateke, eta erabaki okerrera bideratuko luke. Bigarren kasuan, berriz, prozesuak atributu zehatzak gogora ekartzeko ahalegina eskatzen du, baina erabaki zuzena ekarriko luke.

Motibazioa manipulatzeko, subjektuen erdiari haien erabakia azaldu behar izango zutela eta besteekin konparatua izango zela esan zitzaizkien. Beste erdiak ez du instrukzio hori jaso. Beste aldetik, pentsatzeko aukera manipulatzeko, denbora presioa erabili zuten: subjektuen erdiak momentuan azaldu behar zuten beren erabakia, beste erdiak erabakia hartzeko denbora izan zuten bitartean. Emaitzek erakutsi zuten B gune komertziala aukeratu zutenen kopurua handiagoa izan zela pentsatzeko aukera eta motibazio altua zutenen taldean.

Ereduak, adibidez, ondo azaltzen du nola aktitude arrazista barneratuak, automatikoak, *implizituak*, dituen baina arrazionalki, kontzienteki arrazismoaren aurka dagoen pertsona batek – motibazioa –, aurka egin diezaiokkeen aktitudeari bere portaera kontrolatua – oportunitatea – (bere burua behartzea arraza desberdinetako hautagaien gaitasunaren ebaluazio objektiboa egiten), baina ez bere hitzik gabeko komunikazioan (kontaktu bisuala, distantzia, irribarrea, tonua,...) – oportunitaterik ez – .

7.6 Neurtze kontuei dagozkien baldintzak.

Ajzen eta Fishbeinek diotenez, aktitudea eta jokabidea neurtzerakoan kontuz ibili beharra dago. Esparru bera hartu behar da batean eta bestean. Ezin liteke, adibidez, objektu orokor bati buruzko aktitudea neurtu, eta gero jokabide zehatz bat aurrean. Autoreok diotenez, honako lau alderdiok berdinak behar dute izan aktitudean eta jokabidean, neurketa tajuzkoa izan dadin: xedea (target), ekintza (action), testuingurua (context), eta denbora (time).

Beraz, adibidez, igande honetan unibertsitateko mezatarra joateko portaera zuzenki erlazionatuta dago igande honetan unibertsitateko mezatarra joateari buruzko aktitudearekin. Esandako portaera eta aktitudea parekoak dira ekintzari dagokionez

Aktitudeak

(joatea), ekintzaren xedea (meza), ekintzaren testuingurua (unibertsitatean), eta ekintzaren denborari dagokionez (igande honetan). Portaera orokorrago bat (adibidez, testuinguru eta denbora zehatzik gabekoa, hala nola, mezatara joatea) bat dator aktitude orokor batekin (jakina, mezatara joateari buruzko aktitudearekin). Beraz, objektu batekiko aktitudea neurtzerakoan (adibidez, kontsumo produktu bat), dagokion portaera-neurriak hainbat ekintza, testuinguru eta denbora barneratu beharko lituzke.

Hona hemen esaten ari garenaren adibidea, Davidson eta Jaccardek (75) azalduaren ildotik:

Ak / Jk KOHERENTZIA

PILULA ANTIKONTZEPTIBOAK ERABILI

Pilulak hartzeari buruzko aktitudea	.778
Pilulei buruzko aktitudea	.497
Jaiotza-kontrolari buruzko aktitudea	.202
Familia-plangintzari buruzko aktitudea	.109

HURRENGO BI URTEETAN UMEA IZAN

Hurrengo bi urteetan haurra izateari buruzko aktitudea	.798
Haurrak izateari buruzko aktitudea	.225
Hurrekiko aktitudea	-.038

Aktitude orokor bat ez da gogorki koerlazonatuta egongo portaera zehatz batekin. Adibidez, aktitude orokorrak erlijioari buruz ez dute zertan koerlazonatuta egon, demagun, erlijio filosofiari buruzko liburuak irakurtze portaera zehatzarekin. Baina erlijioari buruzko aktitudeak, erlijio-portaera indize orokor batekin gogorki koerlazonatuta egon daitezke (hainbat portaeratan oinarritutako indizea, hala nola, pertsonak erlijio-filosofiari buruzko liburuak irakurtzen dituen, mezatara joaten den, erlijio saioak entzuten dituen irrastian edo telebistan, erlijio-musika erosten duen, erlijio erakundeei dirua ematen dien, apaizei aholkua eskatzen dien arazo pertsonalei buruz, eta abar). Banan bana hartuta, gerta daiteke erlijioari buruzko aktitudeak ezin auresatea portaera horietako bat ere ez, baina portaera horiek osatzen duten patroia orokorra erlijio aktitudearekin erlazonatuta egon daiteke. Hau da, aktitude orokorraren koerlazioa

Aktitudeak

portaera bakoitzarekiko txikia izan daitekeen arren, aktitude orokorraren koerlazioa ekintza anitzeko portaera-neurri batekin askoz handiagoa izan daiteke.

Ikerlan desberdinetan agertu den batez besteko koerlazioa aktitude orokor bat eta ekintza bakarreko portaera indizeen artean .30 ingurukoa izan da. Aitzitik, batez besteko koerlazioa aktitude orokorra eta ekintza anitzeko portaera-neurrien artean .65 ingurukoa da.

Hona hemen adibide bat:

INGURUNEA ZAINTEARI BURUZKO AKTITUDEA ETA PORTAERA

Weigel eta Newman (1976)

Portaera isolatuak	Itxaso isurketen kontra sinatzea	Energia nuklear kontra sinatzea	Autoen kutsadura kontra sinatzea	Sinadurak biltzea	Bide bazterren garbiketaren parte hartzea	Pertsona bat eraman garbiketara	Birziklatzeko materiala biltzea 4 astetan zehar			
							1	2	3	4
r	0,41	0,36	0,39	0,27	0,34	0,22	0,34	0,57	0,34	0,33
Portaera kategoriak	Aldarrikapenak sinatzea (0-4)				Zaborra biltzea (0-2)		Birziklatzea (0-4)			
r	0,50				0,36		0,39			
Portaera orokorra	PORTAETA NEURTZEKO INDIZE SINTETIKOA									
r	0,62									

Emaizta horiek mezu pertsuasiboen gaia ondo aukeratzeak duen garrantzia azpimarratzen dute. Adibidez, jendea birziklatzera bultzatu nahi badugu, logikoa ematen du ingurugiroa zaintzeari buruzko aktitude positiboak eragiten dituzten mezu pertsuasiboak diseinatzea. Baina goian ikusi dugunez, estrategia pertsuasibo hori seguraski ez da bereziki arrakastatsua izango. Mezuak ingurugiroa zaintzeari buruzko aktitude positiboak sortarazten baditu ere, aktitude orokor horiek ez dute zertan gogorki lotuta egon lortu nahi den portaerarekin (birziklatzearekin). Hobe genuke, beraz, birziklatzeari buruzko aktitudeak lantzea gure mezu pertsuasiboetan.

7.7 Portaera asmoaren teoriak.

7.7.1 Ekintza arrazoituraren teoria.

Eredu honetan, Ajzen eta Fishbein ikerlariak beste bi kontzeptu eransten diote orain arte ikusi dugun horri guztiari (objektuarekiko aktitideari, alegia).

Batetik, aktitidea eta jokabidea araberakoak izango badira, jokabidearekiko aktitidea neurtu behar litzatekeela diote ikerlariak (aktitudeak neurtzeko eskalak aztertzerakoan ikusi dugun gisan: usteak bider ebaluaketa, eta emaitzak batuz). Horrek emango liguke jokabidearekiko aktitidea (alegia, hartzaileak objektua erosi, erabili edo bere egiteari buruz duen aktitidea). Beraz: ez zer irizten diodan nik halako auto horri, baizik zer irizten diodan nik neuk halako autoa erosteari.

Hori, ordea, ez da nahikoa. Horrez gain, ARAU SUBJEKTIBOA neurtu behar dela diote bi adituok. Horretarako, gisa berean, axolako zaigun jendeak guk horrela jokatura zer iritziko liokeela uste dugun, eta uste horri zer balio ematen diogun hartu beharko genuke kontuan. Esaterako: zer iritziko lioketela uste dut nik neure lagunek nik auto hori erosteari, eta zer garrantzi ematen diodan nik laguneren uste horri. Hor ere, ustea bider ebaluaketa egin behar da, eta emaitzak batu. Batuketa horrek ematen digu ARAU SUBJEKTIBOAREN balioa.

Bi osagai ditugu, beraz: Jokabideari buruzko aktitidea eta arau subjektiboa. Horietako bakoitzari balio bat, pisu jakin bat ematen zaio (hemen azaltzerik ez dugun formula baten bidez), eta hortik sortzen da jokabidea gauzatzeko ASMOA, INTENTZIOA.

Garbi dago, nolana ere, aktitidea eta arau subjektiboa ez direla beti berdin garrantzitsu: ze jende mota den, ze testuinguruan ari garen... hori guztia dago kontuan hartu beharra.

Ajzen eta Fishbeinek diotenez, jokabidea gauzatzeko ASMO edo INTENTZIOA aski zehazki aurreratu du jokabidea.

Hori guztia, honako eskema honetan laburbil daiteke:

Aktitudeak

Osagai bakoitzaren eragileak.

Aktitudearen eragileak. Pertsona batek portaera bati buruz duen aktitudea, ekintzari buruzko uste irtenenen araberakoa izango da; uste horiek, normalean, portaeraren ondorioei buruzkoak izaten dira. Zehazkiago, portaerarekiko aktitudea, usteen indar eta ebaluazioaren araberakoa izango da, ezaguna dugun formulak adierazten duen moduan:

$$A_B = \sum b_i e_i$$

Arau subjektiboaren eragileak. Pertsona batek portaera bati buruz duen arau subjektiboa, bere ustez pertsona garrantzitsuek espero dutena eta haien nahia betetzeko duen motibazioaren araberakoa izango da.

$$SN = \sum NB_i MC_i$$

SN = arau subjektiboa (*subjective norm*)

NB = uste normatiboa (*normative belief*)

MC = besteen nahia betetzeko motibazioa (*motivation to comply*).

Pertsuasiorako inplikazioak.

Portaerarekiko aktitudea aldatzea.

Ereduaren arabera, aktitudea aldatzeko estrategia desberdinak erabil daitezke. Adibidez, erretzeari buruzko aktitude negatiboa sortarazteko,

- Uste negatibo berri bat komunikatu daiteke (“konturatu zara tabakoak arropetan uzten duen usai txarraz?” “konturatu zara zigarroak zein garestiak diren?”).
- Dagoen uste negatibo baten ebaluazio txarragoa eragin (“seguru aski badakizu erretzeak odol zirkulazio arazoak dakartzala, baina agian ez dakizu arazo horiek noraino izan daitezkeen larriak. Zirkulazio txarra oso arriskutsua da ...”)
- Dagoen uste negatibo bat berrindartzea (“seguru aski badakizu erretzeak osasun arazoak dakartzala, baina agian ez zara konturatu zu zeu benetan arriskuan zaudela...”)
- Dagoen uste positibo baten ebaluazio txarragoa eragin (“erretzeak eskuekin zer egin

ematen dizu, baina hori huskeria da”)

- Dagoen uste positibo bat ahultzea (“erretzeak ez dizu benetan lagunduko argal mantentzen”)

Arau subjektiboa aldatzea.

- Pertsuaditzailea saia daiteke garrantzitsua izan daitekeen pertsona bat iradokitzen: “kontutan hartu al duzu amak zer pentsatuko lukeen?”.
- Edo dagoen erreferente bati atxikitzen zaion uste normatiboa aldatzen: “oker zaude – Jonekin hitz egin nuen eta aurrera egin beharko zenukeela uste du”.
- Edo besteen nahia betetzeko motibazioa aldatzen: “ez zenuke kezkatu beharko berak uste duenaz – gai hauetan ez dauka arrazoirik”.

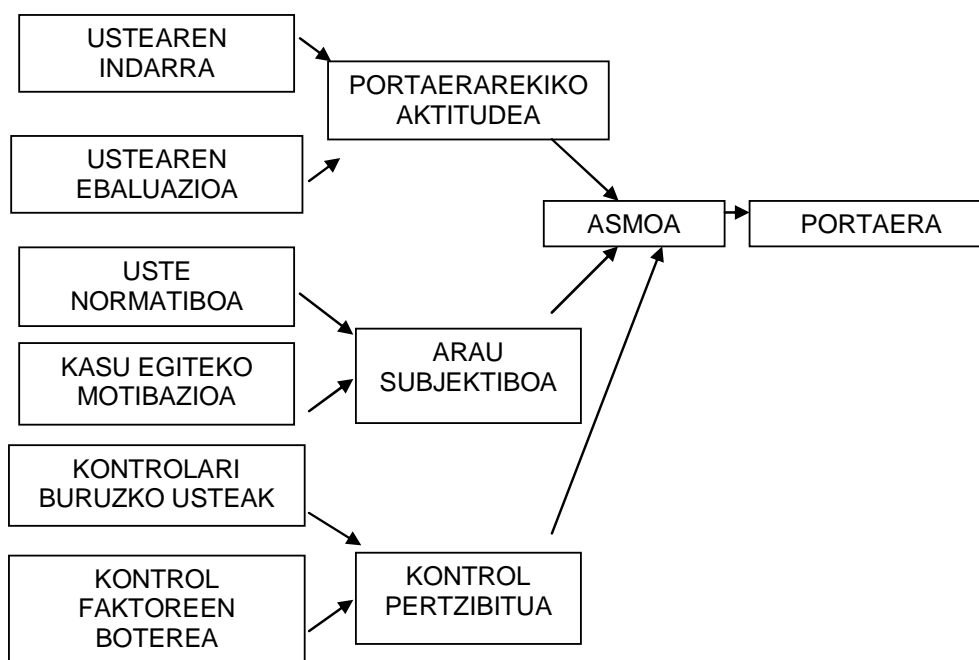
7.7.2 Portaera planifikatuaren teoria.

Asmoaren eragileak.

PPTa Ajzen (1985, 1991) autoreak garatu zuen EATa borondatezko portaera errazetatik harago hedatzeko asmoz. PPTak zera proposatzen du: EATak identifikatutako aktitude eta arau subjektiboaz gain, jokatzeko asmoa eragiten duen hirugarren osagai bat dagoela – pertzibitutako kontrola (*perceived behavioral control*); PPTak, beraz, portaeraren hirugarren iragarle bat gehitzen du. Pertzibitutako kontrolak zera esan nahi du: subjektuak portaera egiteko erraza ala zaila pertzibitzen duen.

Grafikoki azalduta:

Aktitudeak



Hona hemen teoriaren formula:

$$B_I = A_B (w_1) + SN(w_2) + PBC (w_3)$$

Batzuetan, zerbait egiteko oztopoa ez dago aktitude edo arau subjektibo negatiboetan, egiteko gaitasun pertzibitu ezean baizik. Adibidez, batek kirola egiteko aktitude positiboa izan dezake (“kirola egitea ona litzatekeela uste dut”) eta bai arau subjektibo positiboa ere (“niretzat garrantzitsuak diren gehienek kirola egin beharko nukeela uste dute”), baina egiteko gauza ez dela pentsa dezake (“ezin dut, ez daukat denborarik, ez nuke aguantatuko”) eta horren ondorioz, kirola egiteko asmorik ez izan.

De Young (1989), birziklatzen zuten eta ez zuten etxeak konparatuz, emaitza hauek izan zituen: birziklatzeari buruzko aktitudeak berdintsuak ziren bi motako etxeetan, baina birziklatzen ez zutenek birziklatzea zailago pertzibitzen zuten besteek baino, eta zalantza gehiago zituzten egiteko modu egokiari buruz. Hau da, birziklatzeko oztopoa ez zegoen aktitudean, ezgaitasun pertzibituan baizik.

Pertzibitutako kontrolaren eragileak.

Pertzibitutako kontrola, portaera egin ahal izateko errekurtsio, gaitasun eta oztopoei buruzko usteen araberakoa izango da. Zehazkiago, (a) kontrol faktore zehatz bat

Aktitudeak

gertatzeko probabilitatea edo maiztasunari buruzko usteak, eta (b) kontrol faktoreak portaera erraztu ala oztopatzeko duen botereari buruzko usteak.

$$PBC = \sum c_i p_i$$

c_i = kontrolari buruzko usteak (control belief), hau da, kontrol faktore bat gertatzeko probabilitatea edo maiztasunari buruzko usteak

p_i = faktoreak portaera erraztu ala oztopatzeko duen botereari buruzko usteak (*power*).

Pertzibitutako kontrola, pertsuasio xede.

Pertzibitutako kontrola eragiteko modu bat, zuzenean oztopo bat kentzea litzateke. Batzuetan, zerbait egiteko oztopoa informazio falta izaten da; kasu horietan, pertsuaditzaileak helburua lor dezake, besterik gabe, informazioa emanaz. Izan ere, sarritan gertatzen da kontsumitzaileek ez dakitela termostatoa nola jeitsi, edo nerabeak kondoia modu egokian nola erabili, edo botu emaileek nora jo behar duten, edo etxea lehen aldiz erosi behar dutenek zein pausuak jarraitu behar dituzten, ... Kasu horietan guztietan, informazio egokia ematen duen foileto batek oztopo garrantzitsu bat kentzeko.

Oztopoa informaziozkoa ez denean ere, pertsuaditzailearen xedea izan daiteke. Adibidez, diru-sarrera baxuko gaixoen kasuan, lehen azterketa medikoak beste kontsulta baterako hospitalera itzuli behar dutela adierazten duenean, garraio arazoak itzultzeko oztopo garrantzitsua izan daitezke; Marcus et al (1992) frogatu zuten doako autobus bonoak edo parkinerako sarrerak emateak itzuliko zuten probabilitatea modu esanguratsuan gehitzen zuela.

Bigarrenik, pertsuaditzaileak portaera modu egokian gauzatzeko aukera sor dezake. Oinarrizko ideia hemen zera da: portaera praktikan jartzeak kontrol pertzepzioa ematen du (“egin dut, beraz egin dezaket berriro”). Adibidez, ikerlan desberdinek erakutsi dute kondoia erabiltzeko *autoefikazia* areagotu daitekeela bikotearekiko solasen *role-playing* edo kondoien erabilera egokiaren praktikaren bitartez.

Hirugarrenik, pertsuaditzaileak portaera ondo egiten duten beste pertsona batzuk jar ditzake adibidez; honela, autoefikazia areagotu daiteke ere bai (“haiek egin dezakete, beraz neuk ere bai”).

Azkenik, adorea emate soila eraginkorra izan daiteke; hau da, “egin dezakezu” entzute soilak egiteko gaitasun pertzibitua hobe dezake.

8 Compliance: esanekotasuna

Jendarteko eragina. Esanekotasunaren mekanismo eta teknikak

(Cialdini, R., 1980, *Influence. Science and practice* liburutik labur-moldatua)

Batzuetan (ez gutxitan) norbaitek guk nahi dugun gisan jokatzera izan ohi dugu xede. Alegia, aktitudeak aktitude, guk esana betetzea zaigu axola. **Esanekotasun** edo *Compliance* kontua da, beraz: pertsuasioaren alorretik oso gertu.

Xedekiak guk eskatua egitea da xede, eta ez, hain zuzen, hark berez hori egin nahi lukeelako, hala –eta horrela- eskatu diogulako baizik.

Giza-psikologiaren berezko ezaugarri edo mekanismoak baliatzen dituzte esanekotasun teknikek, eta, gutxi-asko denok erabiltzen baditugu ere, badira historian zehar modu formalean gauzatu diren teknika jakin batzuk ere. Teknika horiek barra-barra erabiltzen dira atez-ateko saltzaile, diru-biltzaile, sekta eta abarretan.

Hona hemen esanekotasunaren mekanismo eta teknika nagusiak (zifra bakarreko atalburuak mekanismoei dagozkie; zifra bikoak, berriz, mekanismo horietako bakoitzean oinarritutako teknikei).

1. ELKARREKIKOTASUNA (*Reciprocity*): “Zuk niri, nik zuri”.
 - 1.1. ATEA MUTURRETAN (Door-in-the-face): Lortu nahi duguna baino eskaera txikiago batetik hasi.
 - 1.2. ETA HORI EZ DA DENA (That’s-not-all): Erantzun baino lehen, eskaintzari azken mauka bat erantsi.
2. GIZARTE-ONESPENA (*Social Validation*): “Jendea nora, ni hara”.
 - 2.1. ZERRENDARENA (List Technique). Urlia, Sandia eta Berendia daude zerrendan...
 - 2.2. GIZARTE-LABELarena (Social Labeling). Horrelaxe ikusten zaitu jendeak zu.

Aktitudeak

3. KONPROMISO / KONTSISTENTZIA (*Commitment / consistency*): “Norbera, beti nor eta beti bera”
 - 3.1. LAU HESIarena (Four Walls). Hiru premisa onarturik, beharko laugarrena onartu...
 - 3.2. ZIRRIKITUarena (Foot-in-the-door). Eskaera txiki-txiki, arbuia ezin batetik hasi...
 - 3.3. BEITA ZIRI (Bait-and-switch). Mauka sekulakoa iragarri, eta tori-tati egin...
 - 3.4. HAMALAUTIK LAURA (Low-ball). Tratua egin, eta baldintzak aldatu direla...
 - 3.5. BOST XENTIMO BADA ERE (Even-a-penny-would-help). Hain da txikia eskaera, ezin baita ukatu... ezta bere horretan bete ere.
4. ADISKIDETASUN / ATSEGINA (*Friendship / Liking*): “Laguna atsegin, atsegina lagun”
 - 4.1. TUPPERWARE-PARTYak. Bezeroak bezeroari, ipurbeltz
 - 4.2. ETSAI-LAGUNAK. Auto-saltzailea bera nagusiaren aurka
5. URRITASUNA (*Scarcity*): “Urria urre”.
 - 5.1. Azken aleak...
 - 5.2. Azken egunak: gero beti da berandu
6. ITZALA (*Authority*): “Dakienak daki, ez dakienak baleki...”
 - 6.1. Erruz erabiltzen den arren, ez dago mekanismo honetan oinarritutako teknika profesional izendunik.