

Sekwencyjność napływających informacji a formowanie wrażenia dotyczącego innej osoby

Bogusława Błoch¹ • Dariusz Doliński²

¹ Instytut Psychologii Uniwersytetu Wrocławskiego

² Instytut Psychologii PAN

W poprzednich badaniach wykazano, że przerwa w napływających informacjach wpływa na wielkość odpowiedzialności przypisywanej danej osobie i potęguje myślenie stereotypowe. W prezentowanym artykule przedstawiono eksperyment naturalny w kwestii roli, jaką przerwa w napływających informacjach odgrywa w formowaniu wrażenia dotyczącego innej osoby. Wykazaliśmy, że przerwa ta wpływa negatywnie na sympatię do przedstawianego człowieka. Efekt ten był częściowo modyfikowany przez czas, jaki upływał od zakończenia właściwej części eksperymentu do pomiaru zmiennej zależnej.

Słowa kluczowe: stereotypy, formułowanie wrażeń, sądy społeczne

Komunikaty przekazywane przez media masowe składają się zazwyczaj z dwóch części. Pierwszą z nich można nazwać wstępną *zapowiedzią* (ang. *headline news*), drugą – *relacją rozbudowaną*. O ile wstępna zapowiedź jedynie krótko informuje o samym zdarzeniu (zwykle zaskakującym lub wręcz sensacyjnym), to druga część komunikatu przynosi informacje szczegółowe i czasem mało jednoznaczne, ukazuje odmienne punkty widzenia i przedstawia złożoność całego problemu. Kofta i Doliński (1997; Doliński, Kofta, 2001) sprawdzali, w jaki sposób wspomniane rozdzielanie komunikatu może wpływać na jego recepcję. W szczególności interesowały ich proces przypisywania odpowiedzialności osobom uwikłanym w zdarzenie i surowość sądów moralnych. Autorzy ci wyszli z założenia, że powszechny w praktyce dziennikarskiej zabieg dzielenia komunikatu na informacyjnie lakoniczną

część wstępną i zdecydowanie bogatszą w informacje część zasadniczą może sprzyjać zniekształceniom w przetwarzaniu informacji. Część wstępna może indukować pochopne formułowanie sądów o winie i odpowiedzialności osoby uwikłanej w zdarzenie. A to z kolei sprawia, że informacje prezentowane w części drugiej, które byłyby z tymi opiniami niezgodne lub miałyby charakter wieloznaczny, będą ignorowane lub zniekształcane.

Kofta i Doliński (1997) przedstawiali swoim badanym historyjkę o 20-letniej studentce, która w sobotni wieczór zgłosiła się do szpitala, narzekając na nasilający się od kilku dni ból brzucha. Dyżurujący lekarz postawił diagnozę zapalenia jajników i umieścił dziewczynę na oddziale szpitalnym. Nad ranem, na skutek – jak wykazała sekcja zwłok – pęknięcia wyrostka robaczkowego nastąpił zgon pacjentki. Po tym wstępie badanym przedstawiano kolejne informacje, które wskazywały na złożoność zdarzenia. Badani dowiadywali się na przykład, że lekarz przyjmujący był wyczerpany, ponieważ, z powodu braków kadrowych, dyżurował trzecią dobę bez przerwy, i że postawiona diagnoza była bardzo prawdopodobna, ponieważ zapalenie wyrostka daje bardzo podobne objawy do zapalenia jajników, a pacjentka przyznała, że od kilku lat leczy się na dolegliwości ginekologiczne. Informacje te połowie osób badanych przedstawiano bezpośrednio po wstępie, a połowie po upływie kilku minut. Po wysłuchaniu całej historii wszyscy badani dokonywali ocen dotyczących moralnego aspektu postępowania lekarza.

Bogusława Błoch, Instytut Psychologii Uniwersytetu Wrocławskiego, ul. Dawida 1, 50-527 Wrocław,
e-mail: bbo@dawid.uni.wroc.pl,

Dariusz Doliński, Instytut Psychologii Polskiej Akademii Nauk,
ul. Chodakowska 19/31, 03-815 Warszawa,
e-mail: dariusz.dolinski@swps.edu.pl.

Korespondencję dotyczącą tego artykułu prosimy kierować do Bogusławy Błoch na adres pocztowy: Instytut Psychologii Uniwersytetu Wrocławskiego, ul. Dawida 1, 50-527 Wrocław lub elektronicznie: bbo@dawid.uni.wroc.pl

Okazało się, że bardziej surowe oceny ferowały osoby, którym historijkę przedstawiano w dwóch częściach oddzielonych przerwą czasową, niż osoby, które otrzymały informację w jednej części bez przerwy. Podobny układ wyników autorzy (Kofta, Doliński, 1997) uzyskali, gdy przedstawili badanym historijkę, której wstęp zawierał dwie informacje: że na policję zgłosiła się studentka twierdząc, iż została zgwałcona podczas prywatki, oraz że sprawcę już ujęto. Kolejne informacje (podawane bezpośrednio po wstępie lub po przerwie) zasiewały wątpliwość, czy był to rzeczywiście gwałt. Analogicznie do wyników poprzedniego badania, osoby, które z informacjami szczegółowymi zapoznały się dopiero po przerwie, były bardziej przekonane, że rzeczywiście doszło do gwałtu i domagały się surowszej kary dla oskarżonego niż osoby, którym takie same informacje przedstawiono od razu.

Dlaczego przerwa w komunikacji wywołuje takie efekty? Jak się wydaje, odpowiedzi dostarczyć może *teoria potrzeby zamknięcia poznawczego* (*need for cognitive closure*) sformułowana przez Arie Kruglanskiego (1989, Kruglanski, Webster, 1996). Badacz ten zwraca uwagę, że człowieka cechuje potrzeba posiadania jasnej, subiektywnie prawdziwej i jednoznacznej wizji świata oraz awersja wobec niejednoznaczności i niepewności. Otoczenie człowieka jest jednak złożone i dynamiczne, co stanowi zasadniczą przeszkodę w realizacji tych potrzeb. Z jednej strony, każda nowa napływająca informacja może być ważna i wzbogacać wiedzę człowieka. Z drugiej wszakże strony, każda nowa wiadomość zaburza w jakiś sposób dotychczasowy zbiór wiedzy o danej kwestii. Jak radzi sobie z tym paradoksem typowy człowiek? Kruglanski wyróżnia dwa etapy poznawczego funkcjonowania, w których potrzeba zamknięcia ujawnia się w odmienny sposób. Pierwszy z nich można nazwać „orientowaniem się” czy też „gromadzeniem wiadomości” (ang. *seizing*), drugi – „zamrażaniem” (ang. *freezing*). Podczas pierwszego etapu podmiot dąży do skrócenia nieprzyjemnego stanu niepewności co do tego, jaka jest rzeczywistość. Osiąga to poprzez aktywne poszukiwanie informacji o niej i wyciąganie wniosków. Podczas drugiego etapu nie jest już zainteresowany zmianą tej opinii. Przeciwnie: zamraża swój sąd i zachowuje się tak, jakby nie miał zamiaru go zmieniać (Kruglanski, 1989; Kruglanski, Webster, 1996). Potrzeba zamknięcia jest – zdaniem Kruglanskiego – zarówno zmienną indywidualną, jak i zjawiskiem indukowanym sytuacyjnie. Z interesującej nas tu perspektywy szczególnie istotna jest ta druga kwestia. Kruglanski sugeruje, że analizowana przez niego potrzeba nasila się w warunkach presji czasowej, a także wtedy, gdy przetwarzanie informacji przez podmiot jest

utrudnione lub awersyjne (np. ze względu na zmęczenie podmiotu lub hałas panujący w pomieszczeniu).

Kofta i Doliński założyli, że podobne (tj. nasilające wspomnianą potrzebę) efekty może wywoływać przerwa w komunikacji. Na początku podmiot dowiaduje się zazwyczaj ogólnie, że gdzieś zdarzyło się coś złego. Przekonanie, że mogło się to stać w sposób całkowicie niekontrolowany, budzi w nim poczucie zagrożenia. Może ono jednak zostać natychmiast zredukowane przez przyjęcie założenia, że ktoś (jakaś konkretna osoba) jest za to odpowiedzialny i powinien ponieść konsekwencje (Walster, 1966, przegląd tego zagadnienia: Doliński, 1992). Podmiot może więc sformułować taki sąd nawet w warunkach braku wystarczających, sprawdzonych i pełnych informacji, a więc bezpośrednio po usłyszeniu informacji wstępnej. Sformułowanie tego osądu kończy fazę gromadzenia informacji. Teraz podmiot już wie, kto jest winien, a ponieważ osąd ten uległ „zamrożeniu”, nie interesuje się już nowymi, napływającymi – po przerwie czasowej – szczegółami. Staje się na nie w znacznym stopniu „ślepy i głuchy”.

W naszych badaniach przyjęliśmy, że w podobny sposób mogą tworzyć się sądy stereotypowe (Błoch, Doliński, 1998, 2004). Ludzie stosunkowo rzadko uzyskują informacje o typowych przedstawicielach jakiejś grupy narodowościowej, rasowej czy społecznej na podstawie bezpośredniego z nimi kontaktu. Zdecydowanie częściej dzieje się to w sposób pośredni, na podstawie opinii formułowanej przez innych, której zwykle przez długi czas nie weryfikują osobiste doświadczenia podmiotu. Ktoś, kto dowiaduje się od innych, jacy są Żydzi, Cyganie czy świadkowie Jehowy, zwykle nie ma okazji, by zaraz potem porozmawiać z przedstawicielami tych grup i przekonać się, jacy rzeczywiście są. Przeciwnie, na ogół spotyka ich (jeśli w ogóle spotyka) dopiero po długim, a nawet bardzo długim czasie.

Nie mając zatem możliwości skonfrontowania wstępnie zasłyszanej opinii z rzeczywistością, podmiot nabiera przekonania o prawdziwości tej opinii. Używając terminologii Kruglanskiego, „zamraża” sąd o innych. Zadawala się informacjami, które właśnie uzyskał i traktuje je jako pewne i kategoryczne, zaspokajając tym samym potrzebę zamknięcia poznawczego. Informacje późniejsze, sprzeczne z zaakceptowanymi, nie zmieniają już w znaczący sposób jego przekonań – traktuje je jako niepewne i niewiarygodne albo stosuje inne operacje poznawcze pozwalające mu obronić aktualne przekonania. Wspomnianego zamrożenia prawdopodobnie nie byłoby w warunkach, w których mógłby on natychmiast skonfrontować z rzeczywistością właśnie uzyskaną wiedzę i przekonać się o jej nieprawdziwości.

We wcześniej przeprowadzonych badaniach przyjęliśmy (Błoch, Doliński, 1998, 2004), że w procesie formowania stereotypów kluczowy może być jeszcze jeden element: wiarygodności źródła początkowych informacji. W swoich badaniach przedstawialiśmy dzieciom najpierw negatywne informacje o topsach (nieistniejącej w rzeczywistości subkulturze młodzieżowej), po czym stwarzaliśmy im możliwość spotkania z topsami (w zależności od warunków eksperymentalnych – albo bezpośrednio po przedstawieniu informacji wstępnych, albo dopiero po kilku tygodniach). Topsi swoim wyglądem, zachowaniem i podawanymi informacjami o sobie całkowicie zaprzeczali wstępnemu, dyskredytującemu ich opisowi. Okazało się, że jeśli spotkanie z topsami odbywało się natychmiast, dotyczące ich przekonania były budowane głównie na podstawie tego, co mówili sami przedstawiciele tej subkultury, natomiast w warunkach przerwy w napływie informacji o topsach opinie o nich były zgodne raczej z tym, co mówiono o nich początkowo. Ten ostatni efekt pojawiał się wszakże tylko w warunkach, w których informacje wstępne przedstawiała osoba dorosła, będąca dla dzieci autorytetem. W sytuacji, gdy wstępną wiedzę o tej subkulturze przekazywała im osoba tylko trochę od nich starsza, dzieci zdawały się dawać wiarę topsom, którzy przyszlizli na spotkanie z nimi.

W opisywanych eksperymentach badaliśmy przekonania o *całej grupie* społecznej („jacy są topsi?”). W badaniu tu prezentowanym podjęliśmy natomiast próbę sprawdzenia, czy efekt przerwy może tłumaczyć pojawianie się uprzedzeń podmiotu wobec pojedynczego *przedstawiciela* określonej grupy. Przeciętny współczesny młody Polak zaopatrywany jest w stereotypową wiedzę o Żydach, Arabach czy Cyganach, zanim zobaczy na własne oczy przedstawicieli tych grup. W jakich warunkach ktoś taki, spotykając pierwszy raz w życiu Żyda, Araba czy Cygana, potraktuje tę osobę jako jednostkę ludzką, którą warto poznać, a w jakich – jako członka grupy, o której „wszystko wiadomo”? Efekt przerwy podpowiada nam, że ważne jest nie tylko to, czy podmiot ma wtłoczoną przez otoczenie wiedzę o określonej grupie. Liczy się też to, ile czasu upłynie od nabycia owej wiedzy do nawiązania bezpośredniego kontaktu z przedstawicielem owej grupy.

Eksperyment

Ogólna idea badania

Celem badania było ustalenie, czy długość czasu upływającego między uzyskaniem z „drugiej ręki” negatywnych informacji o zachowaniach dotychczas nieznaney osoby a osobistym spotkaniem z nią, podczas którego osoba ta będzie swoim zachowaniem zaprzeczać zasłyszonym informacjom, wpłynie na ustosunkowanie do

niej. Sformułowaliśmy hipotezę, że mniej przychylnie opinie będą formułować osoby, które zdobędą informacje z „drugiej ręki” i dopiero po jakimś czasie osobiście je zweryfikują, niż osoby, które zasłyszane informacje sprawdzą natychmiast.

Procedura

Przeprowadzone badanie miało charakter eksperymentalny. Osobami badanymi było 118 dzieci w wieku 5 i 6 lat z wrocławskich przedszkoli. Eksperyment składał się z trzech etapów. Podczas pierwszego, w poszczególnych grupach (o liczebności 14–16 osób), nauczycielki odczytywały historyjkę o fikcyjnej osobie imieniem Figurówka. Opowieść zawierała negatywne informacje o zachowaniu Figurówki (np. „nie lubiła dzieci”, „rzuciła kamieniami we wszystkie dzieci, które zbliżyły się do jej ogródka”, „poruszała się okropnie, jak pokraka, myliła kroki i ciągle się potykała”) oraz charakterystykę jej wyglądu (np. „nosiła czerwone sukienki”, „tańczyła trzymając w ręce wachlarz”). Zaraz po usłyszeniu historyjki zadaniem każdego dziecka było narysowanie jej bohaterki. Drugi etap stanowiło spotkanie dzieci z Figurówką. Jej rolę odgrywała studentka III roku psychologii (instruktorka flamenco), która swoim zachowaniem zaprzeczała informacjom zawartym w opowieści. Dziewczyna, ubrana w czerwoną sukienkę, z wachlarzem w ręku, najpierw prezentowała swoje umiejętności taneczne. Następnie przeprowadzała krótkie zajęcia, podczas których dzieci tańczyły, a co najważniejsze miały okazję osobiście doświadczyć życzliwości Figurówki (dziewczyna była uśmiechnięta i komplementowała dzieci). Spotkanie z Figurówką, w zależności od warunków eksperymentalnych, następowało 5 minut po wysłuchaniu o niej historyjki lub dwa tygodnie później. W trakcie ostatniego, trzeciego etapu odbywał się pomiar zmiennej zależnej – sympatii do Figurówki. Zadanie dzieci polegało na podarowaniu tyłu uśmiechniętych słoneczek Figurówce, na ile – ich zdaniem – zasługuje (maksymalnie 5). Pomiaru tego dokonywano albo 5 minut po wyjściu Figurówki, albo dopiero po 2–3 tygodniach. Inspiracją do zróżnicowania czasu upływającego od spotkania z Figurówką do wyrażania wobec niej sympatii były wyniki, które uzyskaliśmy w pierwszym badaniu dotyczącym tworzenia stereotypu topsów (Błoch, Doliński, 1998). W badaniu tym wszystkie grupy eksperymentalne wyrażały opinie o topsach bezpośrednio po spotkaniu z nimi. Osoby badane, którym prezentowano informacje o topsach w dwóch częściach, z przerwą czasową między nimi, oceniły ich bardziej negatywnie niż osoby badane, które te same informacje otrzymały w jednej części, bez przerwy. Efekt ten jednak nie osiągnął konwencjonalnego poziomu istotności staty-

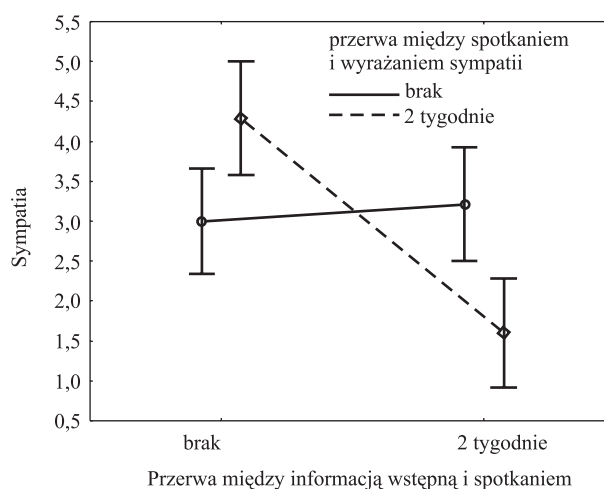
stycznej. Taki układ wyników nie pozwolił nam na udzielenie jasnej odpowiedzi, czy przerwa czasowa odgrywa zakładaną przez nas rolę w formowaniu stereotypów, czy też jej nie odgrywa. Jest prawdopodobne, że zastosowana przez nas procedura eksperymentalna sprzyjała wydawaniu pozytywnych ocen. W pamięci osób badanych bowiem mogły być aktywne nabyte tuż przed dokonaniem oceny pozytywne informacje przedstawiane przez topsów. Aby uniknąć podobnej niepewności w interpretowaniu wyników badania, którego bohaterką była Figurówka, postanowiliśmy zróżnicować czas upływający od spotkania z Figurówką do określania sympatii wobec niej.

Test materiału bodźcowego

Przed realizacją eksperymentu sprawdziliśmy, czy materiał bodźcowy wywołuje założone przez nas reakcje (historyjka o Figurówce – negatywne, a Figurówka i jej zachowanie – pozytywne). W tym celu dwóm grupom przedstawiliśmy opis Figurówki i prosiliśmy o ocenę sympatii do niej, jedną grupę ($n = 15$) bezpośrednio po zapoznaniu się z opisem, drugą grupę ($n = 14$) po dwóch tygodniach. Natomiast dwie inne grupy spotkały się z Figurówką i określały swoją sympatię do niej bezpośrednio po spotkaniu (jedna grupa, $n = 13$) lub po dwóch tygodniach (druga grupa, $n = 17$). Analiza porównań między grupami przeprowadzona przy pomocy testu Tukeya dla nierównych liczebności wykazała istotne statystycznie różnice w poziomie sympatii do Figurówki między grupami, które wyrażały ją na podstawie opisu ($M = 2$, $SD = 1,51$ – pomiar bezpośrednio po przedstawieniu opisu; $M = 2$, $SD = 1,3$ – pomiar po dwóch tygodniach od przedstawienia opisu), a grupami, które wyrażały ją na podstawie osobistego spotkania ($M = 4,23$, $SD = 0,93$ – pomiar bezpośrednio po spotkaniu; $M = 4,18$, $SD = 0,95$ – pomiar po dwóch tygodniach od spotkania). Zgodnie z naszymi założeniami, historyjka sugerowała wystarczająco negatywny wizerunek Figurówki (nie wywoływała jednak efektu podłogi), a zachowanie Figurówki podczas spotkania sugerowało jej wizerunek wystarczająco pozytywny (nie wywoływało jednak efektu sufitu).

Wyniki

Otrzymane wyniki poddano analizie wariancji o schemacie 2 (przerwa czasowa między informacjami wstępnymi a spotkaniem z Figurówką: brak przerwy vs. miesiąc) \times 2 (określanie sympatii: brak przerwy vs. miesiąc). Analiza ta ujawniła istotny statystycznie efekt główny przerwy czasowej między informacjami wstępnymi a spotkaniem z Figurówką, $F(1, 55) = 12,76$; $p < 0,001$; częściowe $\eta^2 = 0,19$. Dzieci, które miały możliwość zweryfikowania negatywnych informacji, natychmiast po ich



Rysunek 1.

Sympatia wobec Figurówki jako interakcja przerwy czasowej między informacją wstępną o niej a spotkaniem oraz przerwy czasowej między spotkaniem a wyrażeniem sympatii (na skali 0–5)

otrzymaniu wyraziły istotnie wyższą sympatię wobec Figurówki ($M = 3,64$) niż dzieci, które taką możliwość miały dopiero po dwóch tygodniach ($M = 2,41$). Nie odnotowano istotnego statystycznie efektu głównego drugiej zmiennej niezależnej, tj. przerwy czasowej upływającej od spotkania z Figurówką do pomiaru sympatii. Zmienna ta jednak weszła w interakcję ze zmienną przerwy między zapoznaniem się z historyjką a spotkaniem z Figurówką $F(1, 55) = 17,56$; $p < 0,0001$; $\eta^2 = 0,24$). Istota tej interakcji polega na tym, że odroczone pomiar sympatii nasilił efekt uzyskany przez manipulację długością przerwy między informacją wstępną a spotkaniem z Figurówką. W warunkach braku przerwy między informacjami wstępnymi a spotkaniem z Figurówką sympatia wyrażona bezpośrednio po spotkaniu z Figurówką była istotnie wyższa ($M = 4,29$) niż sympatia wyrażona dopiero po dwóch tygodniach ($M = 3$). Natomiast w warunkach, w których zapoznanie się z informacjami wstępnymi i spotkanie z Figurówką dzieliła przerwa czasowa, sympatia wyrażona bezpośrednio po spotkaniu ($M = 3,21$) była istotnie wyższa niż sympatia wyrażona dopiero po dwóch tygodniach od spotkania ($M = 1,6$) (rysunek 1).

Dyskusja wyników

Okazało się, że przerwa między informacjami o jakiejś osobie – wstępnymi negatywnymi i późniejszymi, niezgodnymi z nimi – przynosi analogiczny wzorzec wyników jak w poprzednich badaniach dotyczących sądów moralnych (Doliński, Kofta, 2001; Kofta, Doliński,

1997), opinii konsumenckich (Hong, Wyer, 1990) i tworzenia się stereotypów (Błoch, Doliński, 1998; 2004). W warunkach przerwy wrażenie o Figurówce oparte było zdecydowanie bardziej na informacjach wstępnych niż na danych, które można było łatwo wywnioskować z samego zachowania tej postaci. W warunkach, w których spotkanie z Figurówką następowało bezpośrednio po tym, jak nauczycielka przedstawiała ją w niekorzystnym świetle, dzieci formowały o niej wyraźnie korzystniejszą opinię. Wydaje się więc, że mamy do czynienia z dość uniwersalnym mechanizmem psychologicznym, który sprawia, że przerwa w komunikacji powoduje nieuwzględnianie (lub uwzględnianie w niewielkim tylko stopniu) tych informacji, które pojawiają się po niej. Także w przypadku formowania wrażenia adekwatnym modelem wyjaśniającym ten efekt zdaje się epistemiczna koncepcja Arie Kruglanskiego (1989; Kruglanski, Webster, 1996). Przerwa w napływających informacjach skłania podmiot do sformułowania sądu i zamrożenia go.

Wspomniany efekt przerwy w komunikacji modyfikowała zmienna czasu, po którym dokonywano pomiaru. Przy braku przerwy w komunikacji odroczenie czasu pomiaru pomagało Figurówce uzyskać akceptację dzieci, a w warunkach przerwy było dokładnie odwrotnie. Na rezultaty związane z odroczeniem pomiaru sympatii warto spojrzeć z perspektywy wyników, jakie otrzymali Miller i Campbell (1959) po przeprowadzeniu, klasycznych już dziś, badań nad organizacją przekazu. W jednym z nich symulowali rozprawę sądową, podczas której osoby badane wcieliły się w rolę sędziów. Wysłuchiwały argumentów oskarżyciela i obrońcy, a następnie określały wielkość winy oskarżonego. Kiedy argumentacje (oskarżyciela i obrońcy) następowały bezpośrednio po sobie, a orzekanie o winie dopiero po tygodniu, to uzyskane wyniki wskazywały na efekt pierwszeństwa. Natomiast gdy pierwszą i drugą argumentację dzieliła długa przerwa, a pomiar sądu następował bezpośrednio po drugim przekazie, odnotowywano efekt świeżości. Gdy w naszym badaniu prezentowano informacje w ciągły sposób (bez przerwy czasowej), to odroczenie pomiaru powodowało statystycznie istotny wzrost deklarowanej sympatii do Figurówki. Jeśli natomiast informacje prezentowano dwuetapowo (z przerwą czasową), to odroczenie pomiaru powodowało istotny statystycznie spadek sympatii. Ostatni z efektów wskazuje na tendencję do opierania formowanego wrażenia na informacjach początkowych, gdy pomiar owego wrażenia jest odroczone, a zatem gdy blokowane jest wystąpienie efektu świeżości.

Pojawia się pytanie, co zrobić, by percepcja przedstawiciela innej grupy społecznej była obiektywna nawet w warunkach, w których kontakt z nim poprzedzają nega-

tywne, stereotypowe informacje kategoriaalne. W świetle naszego badania okazuje się, że kluczową kwestią jest zminimalizowanie czasu, jaki dzieli uzyskanie przez podmiot stereotypowej wiedzy o określonej grupie i kontakt z konkretnym przedstawicielem tej grupy. Jeśli kontakt ten następował bezpośrednio po przekazaniu badanym stereotypowej wiedzy kategoriaalnej, wiedza ta nie miała istotnego wpływu na ich stosunek do jednostki. W warunkach przerwy między dwoma rodzajami informacji czasem odnotowywaliśmy percepcję niezależną od wiedzy kategoriaalnej, a czasem wypaczoną przez nią. Ważny okazał się tu moment, w którym pytaliśmy badanych o ich opinie. Istotnie bardziej przychylną percepcję Figurówki uzyskaliśmy wtedy, gdy dzieci pytane były o opinie o niej niemal natychmiast po jej wyjściu, niż wtedy gdy pytanie to zadawano im po dłuższej przerwie.

W świetle naszych dotychczasowych badań można więc powiedzieć, że muszą być spełnione szczególne warunki, by informacje stereotypowe deformowały percepcję interpersonalną. Wiedza kategoriaalna musi pochodzić od autorytetu, między momentem nabywania tej wiedzy a kontaktem z przedstawicielem określonej grupy musi nastąpić dłuższa przerwa, a pomiar sądów o określonej osobie także musi być odroczone w czasie. W zdecydowanej większości przypadków (tj. gdy przynajmniej jeden z powyższych warunków nie jest spełniony) mamy więc do czynienia ze spostrzeganiem adekwatnym – pozbawionym uprzedzeń i stereotypów.

LITERATURA CYTOWANA

- Błoch, B., Doliński, D. (1998). Rola autorytetu i niemożności bezpośredniej weryfikacji jego opinii w procesie formowania się stereotypów. *Psychologia Wychowawcza*, 2, 113–124.
- Błoch, B., Doliński, D. (2004). Dwufazowy model powstawania stereotypów. W: M. Kofta (red.), *Myslenie stereotypowe i uprzedzenia: Mechanizmy poznawcze i afektywne* (s. 203–219). Warszawa: Wydawnictwo Instytutu Psychologii PAN.
- Doliński, D. (1992). *Przypisywanie moralnej odpowiedzialności*. Wrocław: Ossolineum.
- Doliński, D., Kofta, M. (2001). Stay tuned: The role of break in the message on attribution of culpability. W: W. Wosińska, R. B. Cialdini, D. W. Barrett, J. Reykowski (red.), *The practice of social influence in multiple cultures* (s. 241–258). Mahwah, NJ: Erlbaum.
- Hong, S. T., Wyer, R. S. (1990). Determinants of product evaluation: Country of origin, intrinsic attributes, and time delay between presentation and judgments. *Journal of Language and Social Psychology*, 16, 222–239.
- Kofta, M., Doliński, D. (1997). Rola formalnych cech przekazu w dynamice sądów społecznych: Wpływ przerwy w komunikacji na przypisywanie odpowiedzialności i na ocenę moralną bohatera. *Kolokwia Psychologiczne*, 6, 123–140.

- Kruglanski, A. (1989). *Lay epistemic and human knowledge*. New York: Plenum.
- Kruglanski, A., Webster, D. M. (1996). Motivated closing of the mind: 'Seizing' and 'Freezing'. *Psychological Review*, 103, 263–283.
- Miller, N., Campbell, D. T. (1959). Recency and primacy in persuasion as a function of the timing of speeches and measurements. *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 59, 1–9.
- Walster, E. (1966). Assignment of responsibility for an accident. *Journal of Personality and Social Psychology*, 3, 73–79.

Sequential character of incoming information and creation of impression about another person

Bogusława Błoch¹ • Dariusz Doliński²

¹ *Institute of Psychology, Wrocław University*

² *Institute of Psychology, Polish Academy of Sciences*

In previous research it has been shown that break in the message increased perceived responsibility and moral disapproval of the person implicated by initial information in the story, and enhanced stereotypical thinking. In this article, we describe a field study that concerns the role that the break in the message plays in impression formation. The results show that a break in the message negatively influenced liking of the stimulus person. This effect was partly modified by length of the time that elapsed between the experiment and the assessment of participants' judgments.

Key words: stereotypes, impression formation, social judgments