

4

## अभिवृत्ती ATTITUDE

4.1 अभिवृत्तीची निर्मिती : अभिवृत्ती कशा विकसित होतात ?

- (अ) अभिजात अभिसंधान : साहचर्यावर आधारित अध्ययन
- (ब) साधक अभिसंधान : योग्य कृतीला पारितोषिक देणे
- (क) निरीक्षणात्मक अध्ययन

4.2 अनुकूलन (अभिवृत्ती बदलाचे शास्त्र)

- (अ) अनुकूलन/अभिवृत्ती बदल : संप्रेषक, संदेश आणि श्रोते
- (ब) अनुकूलनाची/अभिवृत्ती बदलाची बोधनिक प्रक्रिया

4.3 बौध्दिक विसंवाद

- (अ) विसंवाद आणि अभिवृत्ती बदल
- (ब) विसंवाद सोडविण्याच्या पर्यायी युक्त्या
- (क) वर्तनातील बदलांसाठी विसंवाद हे साधन केव्हा फायदेशीर ठरते ?

4.1

### प्रास्ताविक

सामाजिक मानसशास्त्राच्या अभ्यास विषयाची एक महत्त्वाची संकल्पना म्हणजे 'अभिवृत्ती' होय. व्यक्तीचे अनुभव, वर्तन, भावना आणि विचारांवर अभिवृत्ती महत्त्वाचा प्रभाव टाकतात. त्यामुळे अभिवृत्ती महत्त्वाच्या आहेत. व्यक्तीच्या अभिवृत्ती समजून घेण्यामुळे त्याचे व्यक्तिमत्त्व समजून घेता येते. विशिष्ट परिस्थितीतील व्यक्तिवर्तनाचे भाकीतही करता येते. त्याबरोबर त्या व्यक्तीच्या अभिवृत्तीमध्ये बदलही घडवून आणता येतो. या अर्थाने अभिवृत्ती महत्त्वाच्या आहेत. त्यासाठी विविध मानसशास्त्रज्ञांनी अभिवृत्तीच्या व्याख्या स्पष्ट केलेल्या आहेत. त्या व्याख्या समजून घेऊ या.

### अभिवृत्तीच्या व्याख्या :

- "संपादित केलेल्या विशिष्ट वर्तन प्रवृत्ती म्हणजे अभिवृत्ती होय."  
- कॅम्पबेल (1963)
- "व्यक्तीच्या विकास प्रक्रियेच्या अनुषंगाने विविध विषयांना अनुसरून होणारे व्यक्तीचे बोधन, भावना आणि प्रवृत्तीचे प्रकटीकरण म्हणजे अभिवृत्ती होय."  
- क्रच, क्रचफिल्ड आणि बॅलेखी
- "सामाजिक परिस्थितीच्या विविध अंगांचे मूल्यमापन म्हणजे अभिवृत्ती होय."  
- बॅरान व बायरन (1998)
- "एखाद्या वस्तू किंवा विषयाचे विशिष्ट प्रकारचे मूल्यांकन करण्याची प्रवृत्ती म्हणजे अभिवृत्ती होय."  
- काट्झ
- "संभोवतालच्या परिस्थितीचे मूल्यमापन म्हणजे अभिवृत्ती होय."  
- ओल्सन आणि मेयो (2003); पेटी व्हीलर आणि टोरमला (2003)
- "जगातील जवळजवळ कोणत्याही पैलूचे व्यक्तीने केलेले मूल्यांकन म्हणजे अभिवृत्ती होय."  
- अल्बरसन, जॉन्सन आणि झान्ना (2005); ओल्सन कॅडरिक (2008)

वरील सर्व व्याख्यांकडे पाहिल्यानंतर लक्षात येते की, सर्वच व्यक्ती अभिवृत्ती धारण करतात. आपल्या संभोवताली असणाऱ्या जवळपास सर्वच व्यक्ती राजकारण, शेतकऱ्यांच्या आत्महत्या, विशिष्ट व्यक्ती, निवडणुका, दहशतवाद, पावसाळा, दुष्काळ, गर्भपात, स्त्री भ्रूण हत्या, समलिंगींचे विवाह, नोकऱ्या, बेकारी, आंतरजातीय/धार्मिक विवाह, वातावरणातील बदल, विशिष्ट जात/धर्माचे समूह, भ्रष्टाचार, अंधश्रद्धा इत्यादींबाबत अनुकूल किंवा प्रतिकूल प्रतिक्रिया व्यक्त करित असतात. या प्रतिक्रियांमध्ये अभिवृत्ती असतात. त्या काही वेळा स्थिर स्वरूपाच्या असतात. त्या बदलताना व्यक्ती त्यास विरोध करतात तर काही अभिवृत्ती परिस्थितीनुरूप बदलतात (शॉर्टझ आणि बोहनेर, 2001). बऱ्याचदा काही अभिवृत्तीबद्दल

आपल्याला निश्चितता असते तर काही वेळा काही वस्तू किंवा घटनांबाबतच्या अभिवृत्ती अस्पष्ट किंवा अनिश्चित स्वरूपाच्या असतात (टोरमाला आणि रूकर, 2007).

अभिवृत्तीची निर्मिती कशी होते ? अभिवृत्ती बदलता येतात का ? त्याचे शास्त्र आणि काय ? याची माहिती या प्रकरणामध्ये आपण घेणार आहोत. तसेच बोधनिक विसंवाक्यां स्वरूपही समजून घेणार आहोत.

#### 4.1 अभिवृत्तीची निर्मिती : अभिवृत्ती कशा विकसित होतात ?

##### ATTITUDE FORMATION : HOW ATTITUDES DEVELOP ?

लोकांच्या शरीरावरील टॅटू, टी.व्ही. वरील कौन बनेगा करोडपती, चला हवा येऊ द्या, सी.आय.डी., क्राईम डायरी, माझ्या नवऱ्याची बायको या मालिकांबद्दल तुम्हाला काय वाटते ? प्रचलित राजकारण, तरुण, फेसबुक व व्हॉट्सअॅपबद्दल तुमचे मत काय आहे ? यांसारख्या प्रत्येक गोष्टींबद्दल तुमची अभिवृत्ती कशी आहे ? या अभिवृत्ती स्वानुभवातून किंवा संपर्कातील व्यक्तींच्या प्रभावामुळे निर्माण झालेल्या आहेत. विविध घटना, प्रसंग, वस्तू व व्यक्तींबद्दलच्या अभिवृत्तीमध्ये लवचीकता किंवा अनिश्चितता असते आणि परिस्थितीनुसार त्या बदलतात काय ? सामाजिक अध्ययनाच्या प्रक्रियेतून अभिवृत्तीची निर्मिती होते. आपण बरेचसे दृष्टिकोन इतरांच्या आंतरक्रियेतून किंवा इतर व्यक्तींच्या वर्तनाच्या निरीक्षणातून संपादित करित असतो. विविध प्रक्रियांद्वारे अभिवृत्तीचे अध्ययन घडून येते. त्यातील अभिजात अभिसंधान, साधक अभिसंधान आणि निरीक्षणात्मक अध्ययनाच्या प्रक्रिया आपण येथे समजून घेणार आहोत.

#### (अ) अभिजात अभिसंधान : साहचर्यावर आधारित अध्ययन

##### (Classical Conditioning :

##### Learning Based on Association)

जेव्हा अभिसंधित उद्दीपकाशी अनभिसंधित उद्दीपकाचे साहचर्य घडवून आणले जाते तेव्हा अभिवृत्ती निर्माण होतात. मानसशास्त्रातील अशा मूलभूत तत्त्वाचा यामध्ये उपयोग केला जातो. जेव्हा तटस्थ असणारा अभिसंधित उद्दीपक सादर केला जातो तेव्हा अनभिसंधित उद्दीपकाच्या साहाय्याने धनात्मक प्रतिक्रिया निर्माण केल्या जातात. तेव्हा दोन उद्दीपकांमध्ये साहचर्य (नाते) घडून येण्यातून अभिवृत्तीची निर्मिती होते. विविध उत्पादनाबद्दल सकारात्मक अभिवृत्ती निर्माण करण्यासाठी जाहिरात-तज्ञ या तत्त्वाचा उपयोग करतात.

अभिवृत्ती निर्माण करण्यासाठी व्यक्तींच्या कोणत्या धनात्मक अभिवृत्ती आहेत हे तपासून पाहिले जाते. कोणत्या उत्पादनाकडे व्यक्ती धनात्मकरीत्या पाहतात हे सुद्धा पाहिले जाते. जर तुम्हाला एखाद्या बिअरची जाहिरात करायची असेल आणि तुमचे लक्ष्य तरुण असतील तर नवीन प्रकारच्या बिअरच्या जाहिरातीमध्ये आकर्षक व सुंदर तरुणीचा मॉडेल म्हणून उपयोग कराल. याचे करण आकर्षक व सुंदर तरुणीमुळे सकारात्मक प्रक्रिया निर्माण होऊन तुमच्या बिअरची विक्री वाढेल. पुढे तुम्ही बिअरच्या सूचक चिन्हांची (लोगो), तरुण, आकर्षक तरुणीशी जोडी लावून त्या बिअरबद्दल सकारात्मक अभिवृत्ती निर्माण कराल. आकृती क्र. 4.1 पाहा. याच तत्त्वाचा उपयोग अनेक उत्पादक आपल्या उत्पादनाची विक्री वाढविण्यासाठी करतात.



आकृती क्र. 4.1 : बिअरची जाहिरात करताना सुंदर आकर्षक तरुणी

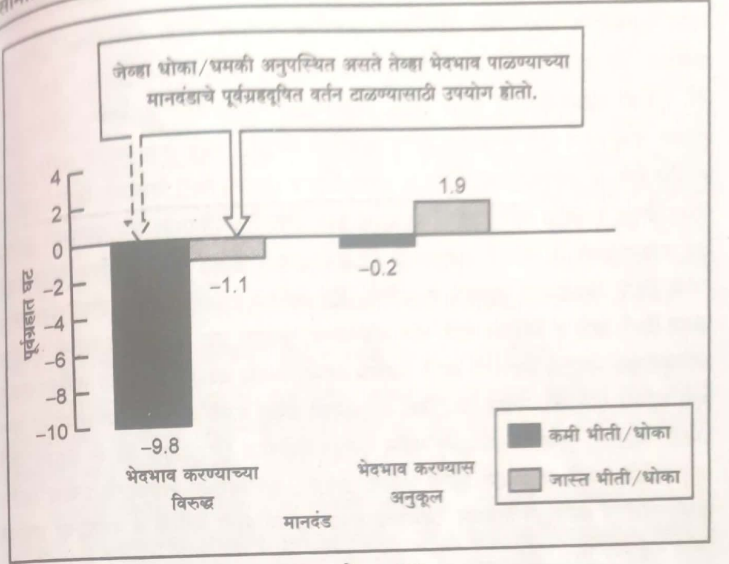
अभिजात अभिसंधान प्रत्यक्ष आणि अप्रत्यक्ष मार्गांद्वारे अभिवृत्तीवर परिणाम करू शकते (स्वेलेंडे, व्हॅन, ओसेल एअर आणि जैनिझवेस्की, 2010). सकारात्मक उद्दीपक उत्पादनासोबत जोडीने वारंवार सादर करणे हा प्रत्यक्ष मार्ग आहे तर विशिष्ट सेलिब्रिटीला (प्रसिद्ध व्यक्ती, चित्रपट नायक, क्रिकेटपटू) पुनःपुन्हा दाखविले जाणे हा अप्रत्यक्ष मार्ग आहे. जेव्हा त्या सेलिब्रिटीबद्दल आपण विचार करतो तेव्हा त्या उत्पादनाचाही विचार मनामध्ये येतो.

अभिजात अभिसंधानच आपल्या अभिवृत्तींना आकार देते असे नाही तर इतरही अनेक उद्दीपकामुळे असे अभिसंधान घडून येते. या उद्दीपकांची व्यक्तींना जाणीवही नसते. उदाहरणार्थ, वॉल्श आणि किवीनिमी (2014) यांनी एका प्रयोगामध्ये विद्यार्थ्यांना केळी व सफरचंदाचे फोटो दाखविले. हे फोटो दाखवित असताना सकारात्मक आणि नकारात्मक भावना निर्माण होतील असे इतरही काही फोटो काही सेकंदासाठी दाखविले. नकळतपणे

जे फोटो काही सेकंदापुरते दाखविले त्यांचा परिणाम विद्यार्थ्यांच्या अभिवृत्तीवर झालेला दिसेल आला. नकारात्मक भावना किंवा तटस्थ भावना असणाऱ्या फोटोपेक्षा धनात्मक भावना असणाऱ्या फोटोमुळे प्रयुक्तानी फळांची नाशत्यासाठी निवड जास्त प्रमाणात केली. धनात्मक प्रतिमा आणि फळे यांच्या पुनरावृत्तीच्या सादरीकरणामुळे भावात्मक साहचर्य निर्माण होते. त्याचा परिणाम वर्तनात्मक निवडीवर होतो. अभिवृत्ती अवसिमीय (Subliminal) अभिसंधानानेही प्रभावित होते असे संशोधनातून सूचित होते. अभिसंधानात सहभागी उद्दीपकाच्या बोध जाणिवेच्या अनुपस्थितीमुळे अभिजात अभिसंधान घडते; त्यास अवसिमीय/अचेतन अभिसंधान असे म्हणतात.

खरेतर फक्त सहज एखादी वस्तू पाहिली. पण ती पाहिल्यामुळे खूप वेगाने लक्षात ठेवली. परिणामस्वरूप अभिवृत्ती निर्माण होऊ शकते (बोर्नस्टीन आणि डी. ऑगोस्टिनो, 1992). हे अवसिमीय अभिसंधानच आहे. कारण अल्झायमरचे रुग्णांना आठवत नसले तरीही उद्दीपक पाहण्याच्या प्रक्रियेतून त्यांच्यामध्ये नवीन अभिवृत्ती निर्माण होतात (व्हिनोग्रॅड, गोल्डस्टिन, मोनार्क, पेलुसो आणि गोल्डमन, 1999). जेव्हा आपल्याला माहिती विसली तरी तिची पुनरावृत्तीही परिचिततेची भावना निर्माण करते. परिणामी अधिक सकारात्मक अभिवृत्ती निर्माण होते; यालाच मून, मॅकी आणि गॉर्सिया, मार्क्स, (2009) यांनी 'सत्य प्रभावाचा भ्रम' (Illusion of Truth Effect) म्हटले आहे. या संशोधकांनी केलेल्या अभ्यासानुसार दिसून आले की, जेव्हा तपशीलवार संदेश प्रक्रिया होते तेव्हा दुर्बल किंवा प्रबळ युक्तिवादाच्या सामंजस्यामध्ये अधिक सकारात्मक दृष्टिकोन विकसित झाला.

अभिवृत्ती एकदा का तयार झाली की तिचा वर्तनावर प्रभाव पडतो. अशा प्रकारे तयार झालेल्या अभिवृत्तीत व्यक्तीने कसे वागणे अपेक्षित आहे यापेक्षा भिन्न असल्या तरीही त्या अभिवृत्तीचा आपल्या वर्तनावर परिणाम होतो. उदाहरणार्थ, ज्या मुलांमध्ये अरब किंवा मुस्लीम समाज किंवा धार्मिक गटाच्या लोकांबाबत अभिजात अभिसंधानाद्वारे निर्माण झालेल्या ऋणात्मक अभिवृत्ती असतील व पुढे हेच मूल शाळेत गेल्यावर तेथे भिन्न संस्कृतीच्या मुलांमध्ये वावरते तेव्हा अशा गटामध्ये विशिष्ट समूहाबाबत ऋणात्मक अभिवृत्ती बाळगण्याचा मानदंड नसतो. येथे अशा प्रकारचे वर्गीकरण अयोग्य मानले जाते. अशा परिस्थितीमध्ये दुसऱ्या समूहाबाबतचे पूर्वग्रह कमी होतात. कारण व्यक्तीला इतर समूहाकडून आपल्याला धोका नाही असे वाटते. मात्र जेव्हा दुसऱ्या समूहाकडून आपल्याला धोका आहे असे वाटते तेव्हा पूर्वग्रह वाढू लागतात. हे आकृती क्र. 4.2 मध्ये दाखविले आहे.



आकृती क्र. 4.2

### (ब) साधक अभिसंधान : योग्य कृतीला पारितोषिक देणे

#### (Instrumental Conditioning : Rewards for the Right View)

ब्राऊन शुगर किंवा मारिज्युआनाबद्दल तुमचे मत काय आहे ? असे विचारल्यावर आपल्यापैकी बरेच जण 'अरे हे चुकीचे आहे' असे मत व्यक्त करतील. कारण बहुतेक मुलांना त्यांचे पालक आणि शिक्षकांकडून वारंवार ब्राऊन शुगर किंवा मारिज्युआनाबद्दल नकारार्थी मत व्यक्त करण्याबाबत स्तुती किंवा पारितोषिक दिलेले असते. परिणामी, मुले योग्य अभिवृत्ती धारण करायला शिकतात. पारितोषिकामुळे त्यांच्यातील अभिवृत्ती मजबूत होते. सकारात्मक परिणामामुळे (स्तुती, शाबासकी, कौतुक हे पॉझिटिव्ह स्ट्रोकस आहेत) अभिवृत्ती मजबूत होतात आणि त्यांच्या पुनरावृत्तीची शक्यता असते. याउलट, नकारात्मक परिणामामुळे (शिक्षा, दंड, कानउघडणी हे निगेटिव्ह स्ट्रोकस आहेत) अभिवृत्ती कमकुवत होतात. अशा प्रकारे ज्या अभिसंधानाच्या पद्धतीमध्ये पारितोषिक आणि शिक्षा देऊन ज्या पद्धतीने अभिवृत्ती निर्माण होतात त्या प्रक्रियेला 'साधक अभिसंधान' असे म्हणतात.

काही वेळा अभिसंधानाची प्रक्रिया सूक्ष्म असते. मुलांच्या योग्य कृतीला पालकांनी हसून प्रोत्साहन दिले किंवा त्यांना मिठी मारली तरी ही एक मानसशास्त्रीय स्वीकृती म्हणजे पारितोषिकच असते. अशा प्रकारच्या अभिसंधानामुळे किशोरावस्थेपर्यंत त्यांच्या पालकांचा

आणि कुटुंबातील सदस्यांच्या सारख्याच राजकीय, धार्मिक आणि सामाजिक अभिवृत्ती असतात. पुढे समवयस्कांचा प्रभाव वाढत जातो (ओस्कॅप आणि शुल्डन, 2005). अशा वेळे जेथे पूर्वीची अभिवृत्ती पुष्टी देईल किंवा देणार नाही. आपण स्वतःला नवीन संदर्भांमध्ये शोधतो तेव्हा काय होते ? आपण नवीन सामाजिक समूहात जातो तेव्हा नवीन अभिवृत्तीची निर्मिती होते. हे तपासण्यासाठी लेवीटन आणि व्हिसर (2005) यांनी शिकागो विद्यापीठातील विद्यार्थ्यांच्या राजकीय अभिवृत्तीचे मूल्यमापन केले. विद्यापीठ परिसरात आल्यापासून पुढील दोन महिन्यांमध्ये ते विद्यार्थी समूहांमध्ये किती सहभागी होतात ? समूहातील सदस्यांशी त्यांनी किती जवळीकता साधली हे पाहिले. विद्यार्थ्यांच्या राजकीय अभिवृत्तीवर समूहाचा प्रभाव किती आहे हे निश्चित केले. दोन महिन्यांच्या काळात ज्या विद्यार्थ्यांनी जास्त व्यापक अभिवृत्तीसह समूहात सहभागी झाले त्यांच्या अभिवृत्तीमध्ये बदल झाला. या फलितावरून असे सूचित होते की, नवीन सामाजिक समूहांमध्ये प्रवेश करणे कदाचित प्रभावशाली ठरू शकते. विशेषतः जेव्हा ते आम्हाला नवीन मजबूत युक्तिवाद शिकवतील की जे आपण पूर्वी अनुभवलेले नव्हते (लेव्हीटन आणि विसर, 2008). इतरांबरोबर राहण्याची इच्छा आणि इतरांसारखीच अभिवृत्ती टिकवून ठेवण्याची इच्छा हा अभिवृत्ती निर्मिती व बदलाचा प्रभावी प्रेरक बनू शकतो.

आपण ज्या समूहाचे सदस्य असतो त्या समूहांमध्ये काही विशिष्ट अभिवृत्ती व्यक्त केली तर पारितोषिक किंवा शिक्षा मिळते याची जाणीव प्रौढांना असते. बऱ्याचदा आपण विशिष्ट प्रेक्षकांसमोर एक मत व्यक्त करतो तर दुसऱ्या व्यक्तींसमोर आपण दुसऱेच मत मांडतो. आपण वेगवेगळ्या श्रोत्यांशी वेगवेगळी अभिवृत्ती व्यक्त करीत असतो. हे आकृती क्र. 4.3 मध्ये दाखविले आहे.



आ. क्र. 4.3 : आपण वेगवेगळ्या श्रोत्यांशी वेगवेगळी अभिवृत्ती व्यक्त करीत असतो.

जेव्हा एखाद्या व्यक्तीला विशिष्ट समूहाचे सदस्यत्व स्वीकारायचे असते तेव्हा ती व्यक्ती त्या समूहाप्रमाणे अभिवृत्ती धारण करते (नोएल, वॅन आणि ब्रान्सकोव्, 1995). इतर समूहाबाबत ऋणात्मक अभिवृत्ती धारण करते. स्व-समूहापेक्षा वेगळ्या अभिवृत्ती व्यक्त करण्याचे टाळते. म्हणूनच आपण कोणत्या अभिवृत्ती व्यक्त करतो आणि कोणत्या अभिवृत्ती निर्माण होतात हे आपल्याला विशिष्ट अभिवृत्ती व्यक्त केल्यानंतर होणाऱ्या प्रतिक्रियांवर अवलंबून असते. आपण कोणत्या अभिवृत्ती व्यक्त करतो हे इतरांच्या त्यावर होणाऱ्या प्रतिक्रियांवर व संभाव्य प्रक्रियेवर अवलंबून असते. अशा प्रकारे आपल्या अभिवृत्तीची अभिव्यक्ती भूतकाळात मिळालेल्या पारितोषिकावर अवलंबून असते. तसेच प्रविष्ट्यामध्ये विशिष्ट अभिवृत्ती व्यक्त करण्यासाठी पारितोषिक मिळण्याची अपेक्षा असते.

#### (क) निरीक्षणात्मक अध्ययन (Observational Learning)

अभिवृत्ती निर्मितीचे आणखी एक साधन म्हणजे निरीक्षणात्मक अध्ययन होय. प्रत्यक्ष पारितोषिकाने अभिवृत्ती निर्माण होते असे नाही तर इतरांच्या वर्तनाचे निरीक्षण करूनही अभिवृत्ती तयार होतात (बांडुरा, 1997).

“इतरांचे निरीक्षण करून जेव्हा व्यक्ती अभिवृत्ती किंवा वर्तन संपादित करते त्या प्रक्रियेला निरीक्षणात्मक अध्ययन असे म्हणतात.” उदाहरणार्थ, जाहिरातीमधील विषय व वस्तू पाहून लोक अभिवृत्ती संपादित करतात. जेथे वेगवेगळ्या प्रकारच्या वस्तू किंवा समस्यांकडे सकारात्मक किंवा नकारात्मक पद्धतीने कृती करणारे लोक आपल्याला आवडतात.

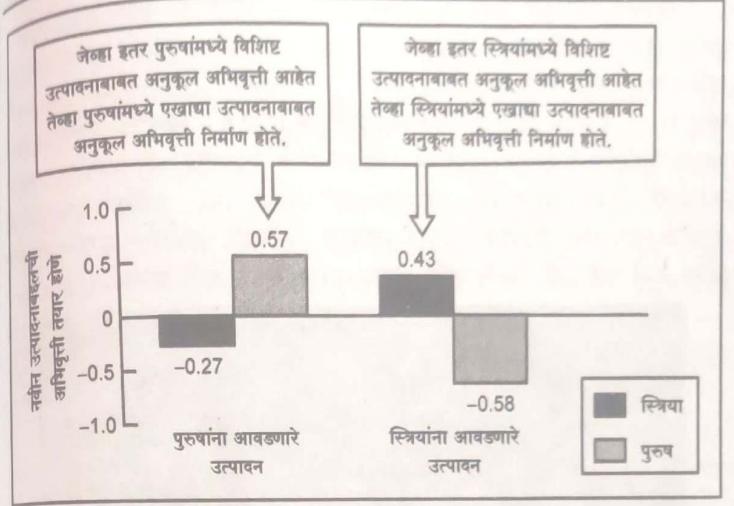
लोक इतरांद्वारे व्यक्त केलेल्या वर्तनाचा वारंवार का स्वीकार करतात किंवा इतरांमधील वर्तनाचे पालन का करतात ? या प्रश्नामध्ये सामाजिक तुलना करण्याच्या पद्धतीचा समावेश आहे. सामाजिक वास्तविकतेबाबतचा आपला दृष्टिकोन बरोबर आहे की नाही हे आपण इतरांची तुलना करून पाहतो (फेस्टिंगर, 1954). जोपर्यंत आपल्या दृष्टिकोनामध्ये व इतरांच्या दृष्टिकोनामध्ये साम्य आहे तोपर्यंत आपला दृष्टिकोन बरोबर आहे असे व्यक्तींना वाटते. कारण इतर व्यक्तींचाही आपल्यासारखाच दृष्टिकोन असेल असे वाटते. आपण इतरांच्या अभिवृत्तीचा पटकन स्वीकार करतो का ? ते इतरांशी असणाऱ्या आपल्या नातेसंबंधावर अवलंबून असते.

व्यक्ती संदर्भ समूहाच्या मूल्यांना महत्त्व देतात व संदर्भ समूहासारखे वर्तन करण्याचा प्रयत्न करतात. त्यासाठी आपल्या अभिवृत्तीमध्ये बदल करतात. शक्यतो संदर्भ समूहाशी त्या अभिवृत्ती जुळणाऱ्या असतात. उदाहरणार्थ, टेरी आणि हॉग (1996) यांना संशोधनामध्ये असे दिसून आले की, सूर्यकिरणांपासून संरक्षण करणाऱ्या साधनांबद्दलच्या अभिवृत्तीवर ते ज्या समूहाला महत्त्व देतात त्यांच्या व आपल्या अभिवृत्तीमध्ये फरक असेल तर त्यानुसार आपल्या अभिवृत्तीमध्ये बदल करतात आणि त्यातून नवीन अभिवृत्ती निर्माण होतात.

नवीन सामाजिक समूहाशी बऱ्याचदा तुमचा वैयक्तिक संपर्क नसतो. तरीही त्यांना अभिवृत्तीची निर्मिती कशी होते ? कल्पना करा की, जेव्हा तुम्हाला आवडणारी एखादी व्यक्ती जिच्याबद्दल तुमच्या मनात खूप आदर आहे. अशा व्यक्तीच्या सांगण्यावरून तुमच्यामध्ये विशिष्ट समूहाबद्दल ऋणात्मक अभिवृत्ती निर्माण होतात का ? तुमच्या अभिवृत्तीवर त्याच्या मतांचा परिणाम होतो का ? तर निश्चितच होतो. जरी नवीन समूहातील सदस्यांशी भेट झाली नसली तरीही त्यांच्या अभिवृत्तीचे अनुकरण केले जाते असे मेओ, ईस आणि बेल (1994) आणि टेरी, हॉग व ड्यूक (1999) यांना आढळले. अशा परिस्थितीत आपली अभिवृत्ती आपल्याला आवडणाऱ्या व्यक्तीसारखीच असावी अशी प्रेरणा महत्त्वाची ठरते. कल्पना करा की, विशिष्ट समूहाबाबत एखादी व्यक्ती ऋणात्मक अभिवृत्ती व्यक्त करताना तुम्ही पाहता. अशा वेळी त्या व्यक्तीचे तुम्ही अनुकरण कराल. निश्चितच नाही. कारण ती व्यक्ती तुम्हाला आवडत नाही आणि तुमची अभिवृत्ती त्यांच्या अभिवृत्तीशी जुळत नाही असे टर्नर (1991) यांना आढळले.

इतरांशी आपण किती एकरूप होतो याचाही परिणाम आपल्या अभिवृत्तीवर होतो. आपण इतर व्यक्तींशी जेवढे जास्त एकरूप होतो तेवढे त्या व्यक्तीमुळे आपण प्रभावित होतो. ड्यूक, हॉग आणि टेरी (1999) यांनी विद्यापीठातील विद्यार्थ्यांवर एक प्रयोग केला. सुरक्षित लैंगिक संबंध ठेवल्यामुळे एड्सचा प्रतिबंध करता येतो असा संदेश आपल्या गटातील विद्यार्थ्यांना द्यायला सांगितला. अशा वेळी समूहाच्या बाहेरच्यापेक्षा आपल्या समूहातील सदस्यांनी आपल्याला दिलेल्या संदेशाबद्दल सकारात्मक अभिवृत्ती दाखविली. जेव्हा आपण एखाद्या समूहाचे सदस्यत्व स्वीकारतो त्या वेळी त्या समूहाबरोबर आपण एकरूप होतो तेव्हा त्या समूहाच्या अभिवृत्तीचा प्रभाव आपल्यावर पडतो.

एखाद्या नवीन उत्पादनाचे मूल्यमापन तुम्हाला करायला सांगितले तर ते तुम्ही कसे कराल ? ती वस्तू/उत्पादन पूर्णपणे नवीन आहे त्याविषयी तुम्हाला कसलाही अनुभव नाही. अशा वेळी एकरूपता किती समर्थक ठरते ? या प्रश्नाचे उत्तर शोधण्यासाठी फ्लेमिंग आणि पेन्टी (2000) यांनी विद्यार्थ्यांवर प्रयोग केला. या प्रयोगात त्यांनी लिंगानुरूप समूहाशी पूर्णपणे एकरूप झालेल्या विद्यार्थ्यांची निवड केली. नंतर त्यांनी एका खाद्यपदार्थाचे उद्घाटन केले. यावेळी ज्या स्त्री-पुरुषांचा हा आवडणारा खाद्यपदार्थ होता अशा व्यक्तींच्या समोर त्याचे उद्घाटन केले. या प्रयोगात असे आढळले की, आपल्याच समूहातील व्यक्तींनं खाद्यपदार्थाचे उद्घाटन केले, तेव्हा लिंगसमूहाशी एकरूप झालेल्या व्यक्तींमध्ये त्या खाद्यपदार्थाविषयी अनुकूल अभिवृत्ती निर्माण झाली. ज्याची लिंगसमूहाशी एकरूपता नव्हती त्यांच्यामध्ये त्या खाद्यपदार्थाविषयी अनुकूल अभिवृत्ती निर्माण झाली नाही हे आकृती क्र. 4.4 मध्ये स्पष्ट केलेले आहे. याचाच अर्थ, समूह एकरूपता आपल्या अभिवृत्तींना आकार देतात हे दिसून येते.



आकृती क्र. 4.4 : जे लिंगसमूहाशी एकरूप होतात त्यांच्यामध्ये अभिवृत्ती कशा निर्माण होतात ?

## 4.2 अनुकूलन (अभिवृत्ती बदलाचे शास्त्र)

### THE SCIENCE OF PERSUASION

#### अनुकूलन (अभिवृत्ती बदलाची) व्याख्या :

“विविध प्रकारच्या संदेशाचा वापर करून इतरांच्या अभिवृत्तीमध्ये बदल करण्याकरिता केलेला प्रयत्न म्हणजे अनुकूलन/अभिवृत्ती बदल होय.”

“Persuasion means the efforts to change others attitudes through the use of various kinds of messages.”

गेल्या काही दिवसात कोणी एखाद्याने तुमच्या अभिवृत्तीमध्ये बदल करण्याचा प्रयत्न केला आहे का ? जर तुम्ही थोडा वेळ थांबून विचार केला तर या प्रश्नाच्या उत्तराने आश्चर्यचकित होऊन जाल. दररोज अशा प्रकारच्या अनेक प्रयत्नांचा अक्षरशः भडिमार होत असतो. उदाहरणार्थ, भित्तिपत्रके, मासिके, वृत्तपत्रे, आकाशवाणी आणि दूरदर्शनवरील जाहिराती, राजकीय भाषणे, धार्मिक संस्थांकडून केलेली आवाहने इत्यादीद्वारे आपल्या अभिवृत्तीत अथवा वर्तनात बदल घडवून आणण्यासाठी सतत प्रयत्न होत असतो. आकृती क्र. 4.5 पाहा.

अनुकूलन/अभिवृत्ती बदल हा दैनंदिन जीवनातील अविभाज्य घटक आहे. आपल्या प्रत्येक विवसात जाहिराती, आकाशवाणी, वर्तमानपत्रे, मासिके, दूरदर्शन या माध्यमातून जाहिरातीच्या स्वरूपात भडिमार चालू असतो आणि आपली अभिवृत्ती बदलण्याचा प्रयत्न चालू असतो. हे प्रयत्न किती प्रमाणात यशस्वी होतात आणि हे प्रयत्न यशस्वी होतील किती अयशस्वी होतील हे कोणत्या घटकांवर अवलंबून असते ? इत्यादी अनेक प्रश्नांचा अभ्यास करण्याचा प्रयत्न सामाजिक मानसशास्त्रज्ञांनी केला आहे. अभिवृत्ती बदलामध्ये बोधनिक/बोधात्मक प्रक्रियेची भूमिका महत्त्वाची असल्याने सामाजिक मानसशास्त्रज्ञांनी विसून आले आहे (पेटी, व्हिलेरे आणि ग्रोमला, 2003; वेगनर आणि कार्लस्टोन, 2005).



आकृती क्र. 4.5 : अनुकूलन/अभिवृत्ती बदल (विविध माध्यमांद्वारे जाहिरातीचे स्वरूप)

### (अ) अनुकूलन/अभिवृत्ती बदल : संप्रेषक, संदेश आणि श्रोते

#### (Persuasion, Communicator, Messages and Audiences)

अनुकूलनाच्या अलीकडच्या काही संशोधनामध्ये तीन घटकांचा समावेश होतो. तीन गोष्टी म्हणजे उगम, संदेश आणि श्रोते यांचा समावेश होतो. अनुकूलन अभिवृत्ती बदल याविषयीचे संशोधन हॉव्लंड, जेनीस आणि केती (1953) यांनी केले. यामध्ये कोणत्या परिणामासह कोण कोणाला काय म्हणाले ? या मुख्य प्रश्नावर अवधान केंद्रित केले. या दृष्टिकोनाने अनेक महत्त्वाच्या गोष्टी शोधून काढल्या आहेत.

अनुकूलन/अभिवृत्ती बदलाबाबत प्रथम 'येल' विद्यापीठात संशोधन करण्यात आले. म्हणून याला 'येल दृष्टिकोन' (Yale Approach) असे म्हणतात. या दृष्टिकोनाने अनेक मनोरंजन निष्कर्ष काढलेले आहेत. यातील काही निष्कर्ष पुढीलप्रमाणे :

1. संप्रेषक (Communicator) : विश्वसनीय संप्रेषक म्हणजे अशा व्यक्ती को, आपण कोणत्या विषयाबाबत बोलत आहोत हे माहित असणे आणि ते त्या विषयात तज्ज्ञ असतात ते संप्रेषक (Communicator) तज्ज्ञ नसलेल्या व्यक्तीपेक्षा लोकांच्या अभिवृत्तीमध्ये बदल घडवून आणतात. उदाहरणार्थ, या विषयावर एक चांगला अभ्यास केला. हा अभ्यास हॉव्लंड व विस यांनी केला. त्यांनी प्रयुक्ताना विविध विषयांशी (अणुऊर्जा, पाणबुडी, चित्रपटगृहांचे भवितव्य) संबंधित माहितीचे वाचन करायला सांगितले. यातील पाणबुडीविषयीची माहिती शास्त्रज्ञांकडून दिली होती; तर चित्रपटगृहांच्या भवितव्याविषयी माहिती वर्तमानपत्राद्वारे देण्यात आली होती. प्रयोगापूर्वी एक आठवडे आणि नंतर ही माहिती मिळताच तत्काळ प्रयुक्तानी या विषयाबाबतच्या आपल्या अभिवृत्ती व्यक्त केल्या. आपण जी माहिती वाचली होती ती खूपच विश्वसनीय होती असे न्या प्रयुक्तानी सांगितले होते त्यांच्यात लक्षणीयरीत्या अधिक अभिवृत्ती बदल झाला होता.

म्हणजेच आपल्या अभिवृत्ती बदलण्याचा प्रयत्न करणारे लोक विश्वास ठेवता येण्यासारखे (म्हणजेच विश्वसनीय) आहेत असे जर आपल्याला वाटले तर आपल्या अभिवृत्तीमध्ये बदल घडून येतो. अशा प्रकारे स्रोताची (माहितीची) विश्वसनीयता हा अभिवृत्ती बदलाचा एक महत्त्वाचा घटक आहे.

2. जे संप्रेषक शारीरिकदृष्ट्या आकर्षक असतात ते कमी आकर्षक व्यक्तीपेक्षा अभिवृत्ती बदल अधिक घडवून आणतात असे हॉव्लंड आणि विस (1951) यांचे संशोधन सांगते. जाहिरातीमध्ये आकर्षक व्यक्तिमत्त्व असणाऱ्यांचीच सातत्याने निवड का केली जाते ते याच कारणामुळे. आणखी एक मार्ग म्हणजे आकर्षक व्यक्तिमत्त्वाबरोबरच तो सर्वाना आवडणारा असावा (इग्ले आणि चैकेन, 1993). तुलनेने कमी आवडणाऱ्या व्यक्तीपेक्षा आपली अभिवृत्ती आवडणाऱ्या व्यक्तीकडून लवकर बदलू शकते. याच एका कारणामुळे प्रसिद्ध क्रीडापटूचा जाहिरातीत अधिक उपयोग केला जातो. (क्रिकेट वर्ल्डकपच्या सामन्याच्या वेळी कॅप्टन कूल महेंद्रसिंग धोनीची मोबाइलची व पे. पेमेंटची जाहिरात दाखविली जाते. तसेच विराट कोहलीचीही जाहिरात दाखविली जाते.) आकृती क्र. 4.6 पाहा.



आकृती क्र. 4.6 : आकर्षकतेच्या माध्यमातून अनुकूलन / अभिवृत्ती बदल (प्रसिद्ध क्रीडापटूच्या माध्यमातून आपल्या उत्पादनाच्या जाहिराती करणे.)

3. जे संप्रेषक आपल्याला भावतात, ज्यांना आपण अगोदरपासूनच ओळखून असतो, जे आपल्या सामाजिक जालमय (Network) वातावरणात असतात ते लोक अभिवृत्ती लवकर बदलू शकतात. असे लोक आपल्या मौखिक संप्रेषणाद्वारे लोकांची मते, एखाद्या गोष्टीविषयीचे पुनर्मत, आपले सामान्य उत्पादनाविषयी लोकांच्या अभिवृत्तीमध्ये बदल घडवून आणू शकतात. (काट्झ आणि लाझारस्फेल्ड, 1995). उदाहरणार्थ, एखाद्याने आपल्याला एखाद्या हॉटेलविषयी माहिती दिली आणि शिफारस केली तर आपण त्याविषयी अगोदरपासून त्या हॉटेलला ओळखत अथवा अनुभव घेतला असेल तर आपण लगेचच त्याचा स्वीकार करतो.

\* सध्या एक नवीन संज्ञा अस्तित्वात आली आहे. ती म्हणजे eWOM (electronic word of mouth) (इलेक्ट्रॉनिक शब्दांचे तोंड) होय. फेसबुक, ट्विटर आणि इतर इंटरनेटच्या माध्यमातून होणारे संप्रेषण हे इलेक्ट्रॉनिक शब्दांच्या तोंडातूनच होते. आपले फेसबुकवरून होणारे दररोजचे संप्रेषण या प्रकारानुसार होते. एखाद्या मित्राने जर एखादी जाहिरात फेसबुकच्या माध्यमातून पाठविलेली असेल आणि शिफारस केली असेल तर आपली अभिवृत्ती बदलली जाते असे च्युइंग, लुओ, सिआ आणि चैन (2009) यांचे संशोधन सांगते. हॅरीस आणि डेनिस (2011) यांनी असे दर्शविले आहे की, एकट्या फेसबुकने जगभरात पाचशे मिलियन सभासद केले आहेत. सरासरी 130 लोक मित्रांच्या बरोबर फेसबुकवर संप्रेषण करतात. सध्या लोक आपला अधिकाधिक वेळ फेसबुकवर घालवितात तसेच इतर साईट्सवरही घालवितात आणि हे चित्र दिवसेंदिवस वाढत चालले आहे. लोक आपले बरेचसे व्यवहार/खरेदी (होलसेल अथवा घाऊक खरेदी) याच माध्यमातून करू लागले आहेत.

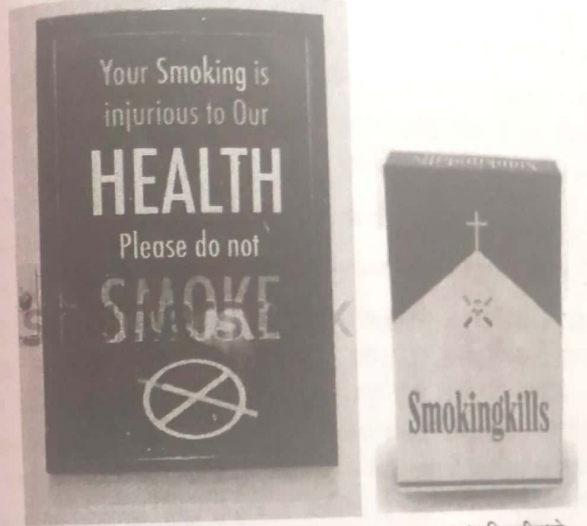
\* संदेश जर लोकांना आकर्षक दिसणारा नसेल आणि त्याची संरचना लोकांना आवडणारी नसेल तर अभिवृत्ती बदल घडून येत नाही. उलट, संदेशाची संरचना सुव्यवस्थित, आकर्षक आणि लोकांना आवडणारी असेल तर लोकांच्या अभिवृत्ती बदलात किंवा वर्तनात बदल घडून येतो (वालस्टर आणि फेस्टिंजर, 1962).

मेटा विश्लेषणाद्वारे केलेल्या संशोधनाद्वारे हे उघड झाले आहे की लोकांची अभिवृत्ती बदलली की तुमच्या उत्पादनातही घट होते.

अनुकूलन/अभिवृत्ती बदलाविषयीचा एक दृष्टिकोन मिळाला आहे. त्या संशोधनाचे लक्ष 'भययुक्त केलेल्या विनंतीचा परिणाम' किंवा 'भीती घालवून मनःपूर्वक केलेल्या विनंतीचा परिणाम' यावर आहे. जेव्हा भीती घालणारा एखादा संदेश जर ग्राहकांना दिला तर त्यातून लोकांमध्ये भीती निर्माण होऊन लोक घाबरतात व त्याचा परिणाम त्यांच्या अभिवृत्ती बदलावर अथवा वर्तनावर होताना दिसून येतो. लिबेरमॅन आणि चैकेन (1992), ट्रेलर आणि

टोवर्ड (1998) यांनी याकरिता मज्जाशास्त्रातील पद्धतीचा पुराव्यासाठी उपयोग केला आहे. तेव्हा लोक घाबरतात तेव्हा ते आपल्या आरोग्याची काळजीही घेऊ लागतात. (कॅथल रुयटर, वॉन्टर आणि जस्मा, 2014).

आकृती क्र. 4.7 मधील जाहिरात भीती घालण्याच्या आधारावर बेतलेली आहे. तेव्हा लोकांना या गोष्टीपासूनची भीती वाटायला लागते त्या वेळी लोक आपल्या शरीराची काळजी घेतात. ही जाहिरात लोकांची धूम्रपान करण्याची सवय किंवा वर्तन बदलण्यास बूपच उपयुक्त ठरते (डे हॉग स्ट्रोबे आणि डे व्हिट, 2007).



आकृती क्र. 4.7 : भीतीच्या माध्यमातून अनुकूलन /अभिवृत्तीमध्ये बदल घडवून आणला जातो.

एक मात्र मध्यम प्रकारच्या भीतीची जाहिरात चांगली असते असे काही पुराव्यांनी सिद्ध झाले आहे. परंतु एक गोष्टीची आवश्यकता असते, ती म्हणजे व्यक्तीचे वर्तन बदलण्यासाठी विशिष्ट अशा प्रकारची पद्धत वापरली पाहिजे. याचबरोबर त्याच्या जोडीला कोणत्या प्रकारचे परिणाम होतात आणि कोणत्या गोष्टी टाळल्या पाहिजेत हे दिले गेले पाहिजे तरच परिणामकारकता वाढते (पिट्टी, 1995).

संशोधनाचे निष्कर्ष (ब्रोअरमेअर, 2004) असे सूचित करतात की, आरोग्याविषयीचे संदेश विविध प्रकारचे असावेत म्हणजे अधिक परिणामकारक ठरतात. जर त्यांची रचना/निर्मिती सकारात्मक पद्धतीने (आरोग्य चांगले कसे ठेवावे ?) असेल तर अधिक परिणामकारक ठरते. नकारात्मक पद्धतीचा उपयोग केला तर फारसा प्रभाव पडत नाही.

जाहिरात तयार करत असताना अधिकाधिक सकारात्मक संदेश देता येईल याचाच विचार केला जावा. म्हणजे अभिवृत्ती बदल घडून येण्यास वेळ लागत नाही.

अभिवृत्तीत केव्हा आणि कसा बदल घडून येतो हे पारंपरिक दृष्टिकोनावरून कळते. पण अभिवृत्ती 'का' घडून येते हे यावरून कळून येत नाही. उदाहरणार्थ, कमी विश्वसनीय किंवा कमी आकर्षक व्यक्तीपेक्षा अधिक विश्वसनीय व अधिक आकर्षक व्यक्ती अभिवृत्तीमध्ये बदल घडवून आणण्यात अधिक प्रभावी का होतात ? सावकाश बोलणाऱ्या व्यक्तीपेक्षा जलद बोलणारे वक्ते अभिवृत्ती बदलण्यात अधिक प्रभावी का असतात ? अशा अनेक प्रश्नांची उत्तरे देण्यासाठी अभिवृत्ती बदलाच्या बोधात्मक घटकांचे महत्त्व अलीकडच्या काळात सामाजिक मानसशास्त्रज्ञांनी ओळखले आहे.

दुसऱ्या शब्दात, अभिवृत्ती बदलाचा संदेश जेव्हा लोक ऐकतात तेव्हा त्यांच्या मनात काय विचार येतो ? आणि त्याचा त्यांच्या वर्तनावर काय किंवा का परिणाम होतो किंवा होत नाही ? याचा विचार आपण आता करू या.

### (ब) अनुकूलनाची/अभिवृत्ती बदलाची बोधनिक प्रक्रिया

#### (The Cognitive Processes Underlying Persuasion)

अनुकूलन प्रक्रिया ही बोधात्मक प्रक्रिया आहे. त्यामुळे अलीकडे सामाजिक मानसशास्त्रज्ञांचे या प्रक्रियेकडे अधिक लक्ष वेधले आहे. अभिवृत्तीत बदल घडवून आणणारा संदेश - उदाहरणार्थ, "जेव्हा तुम्ही दूरदर्शनवरील काही जाहिराती पाहता किंवा एखाद्या राजकीय नेत्याचे भाषण ऐकता - तेव्हा काय घडते ? काय घडत आहे किंवा काय सांगितले जात आहे याचा मी विचार करतो" असे तुमचे उत्तर असेल आणि ते काही प्रमाणात खरेही आहे. पण संपूर्ण अनुकूलन प्रक्रिया ही बोधनिक स्वरूपाची आहे. हे आधुनिक सामाजिक मानसशास्त्रज्ञांनी ओळखले आहे. एखाद्या संदेशातील माहिती आपण कशी मिळवितो, तिचे कसे स्पष्टीकरण देतो आणि तिचे कसे मूल्यमापन करतो याबाबत आजमितीला शेकडो संशोधनात्मक अभ्यास करण्यात आले आहेत.

अनुकूलन अभिवृत्तीवर संदेशावर प्रक्रिया करणारे पुढील दोन मार्ग आहेत :

1. पद्धतशीर विरुद्ध नवगामी प्रक्रियन (Systematic Versus Heuristic Processing) : प्रक्रियनाचा पहिला प्रकार आहे. पद्धतशीर प्रक्रियन हा अनुकूलन अभिवृत्ती बदलाचा केंद्रीय/मध्यवर्ती मार्ग म्हणून ओळखला जातो. पद्धतशीर प्रक्रियन म्हणजे अभिवृत्ती बदल घडवून आणू शकणाऱ्या संदेशातील (Persuasion Message) माहितीचे प्रक्रियन, की ज्यामध्ये संदेशातील आशयाचा व कल्पनेचा काळजीपूर्वक विचार समाविष्ट असतो. हे प्रक्रियन खूपच प्रयत्नपूर्वक होते.

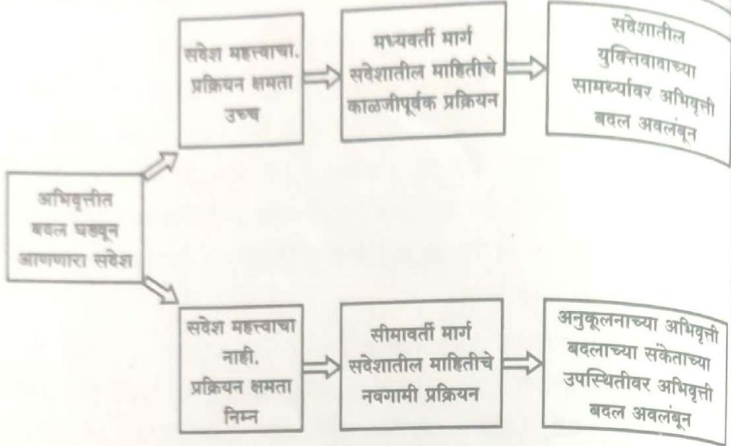
यामधील दुसरा दृष्टिकोन म्हणजे स्व-कष्टार्जित/प्रयत्नपूर्वक किंवा नवगामी प्रक्रियन अनुकूलन होय. हा अभिवृत्ती बदलाचा परिधीय मार्ग होय. या प्रक्रियनामध्ये मानसिक लहान-लहान तुकड्यांच्या स्वरूपातील पद्धतीचा उपयोग केला जातो. तज्ज्ञांच्या विधानावर विश्वास/श्रद्धा असते. मला बरे वाटते, माझ्यावर त्यांची कृपादृष्टी आहे. अशा प्रकारचे संदेश दिले जातात. यासाठी फार कष्ट पडत नाहीत आणि हे स्वयंचलित मार्गाने येतात. अशा प्रकारचे संदेशाचे संकेत येत असतात किंवा परिस्थितीनुरूप मानसिक लहान-लहान तुकड्यांच्या स्वरूपात संदेश देतात.

विस्तार संभव प्रतिरूप (Elaboration Likelihood Model - ELM) आणि नवगामी पद्धतशीर प्रतिरूप (Heuristic Systematic Model - HSM) (पेटी आणि कॅशीओपो, 1986; पेटी, कॅशीओपो, स्ट्राथमॅन आणि प्रेस्टर, 2005); ELM आणि HSM (चैकेन, लिबेरमॅन आणि अॅंगली व चैकेन, 1998) याबाबत संशोधन करून सिद्धान्त मांडले व त्याचे उत्तर दिले.

जेव्हा अभिवृत्तीत बदल घडवून आणू शकणाऱ्या संदेशाशी संबंधित माहितीची प्रक्रिया करण्याची आपली क्षमता उच्च असते (म्हणजेच या प्रक्रियेचे आपल्याला भरपूर ज्ञान असते आणि अशा विचारात गुंतल्यास आपल्याला भरपूर वेळ असतो) किंवा जेव्हा आपण माहितीवर प्रक्रिया करण्यास प्रेरित झालेला असतो (विषय आपल्यासाठी महत्त्वाचा असतो आणि अचूक दृष्टिकोन निर्माण करणे गरजेचे असते असे आपणास वाटते) तेव्हा आपण पद्धतशीर प्रक्रियेमध्ये गुंततो.

याउलट, जेव्हा आपल्याकडे माहिती प्रक्रिया करण्याच्या क्षमतेचा अभाव असतो. (आपण आपले मत सहजपणे तयार करतो किंवा विषयाबाबत आपल्याला कमी माहिती असते किंवा असे बोधात्मक कार्य करण्याची आपली प्रेरणा निम्न दर्जाची असते. विषय आपल्यासाठी महत्त्वाचा नसतो किंवा त्याचा आपल्यावर कमी प्रभाव पडतो) तेव्हा आपण नवगामी प्रक्रियनामध्ये गुंततो.

जाहिरातदार, राजकारणी, विक्रेते आणि इतर व्यक्ती आपल्या अभिवृत्ती बदलण्याचा प्रयत्न करतात. ते आपणास नवगामी प्रकारचा विचार करण्यास भाग पाडतात. जेव्हा आपण अधिक काळजीपूर्वक व पद्धतशीर प्रक्रियनामध्ये गुंततो यापेक्षा जेव्हा आपण नवगामी प्रक्रियनामध्ये गुंततो तेव्हा आपल्या अभिवृत्ती बदलणे सोपे असते. हे आकृती क्र. 4.8 मध्ये दाखविले आहे.



आकृती क्र. 4.8 : विस्तार संभव प्रतिरूप - अभिवृत्ती बदलाचा एक बोधात्मक सिद्धान्त

अभिवृत्ती बदलाची प्रक्रिया समजून घेण्यासाठी हे दोन परस्परविरोधी प्रक्रियेनाचे प्रकार उपयुक्त आहेत. तसेच जेव्हा काही लोक विचलित होतात तेव्हा त्यांच्या अभिवृत्ती सहजपणे का बदलता येतात याचे स्पष्टीकरण देण्यास पद्धतशीर विरुद्ध नवगामी भेद मदत करतो. जेव्हा लक्ष विचलित होते तेव्हा संदेशातील माहितीचे ते व्यवस्थित प्रक्रियेन करू शकत नाहीत. त्यामुळे लोक विचाराचा नवगामी प्रकार स्वीकारतात. जर संदेशात बरोबर संकेताचा (उदा., आकर्षक वस्तू, तज्ज्ञ संप्रेषक) समावेश असेल तर अभिवृत्ती बदल घडून येऊ शकतो. कारण लोक संकेतांना प्रतिसाद देतात आणि संदेशातील युक्तिवावाला प्रतिसाद देत नाहीत.

थोडक्यात, अभिवृत्ती बदलाचा प्रारंभिक दृष्टिकोन संप्रेषकाची वैशिष्ट्ये (उदा., तज्ज्ञता, आकर्षकता), संदेश (उदा., एक बाजू विरुद्ध दोन बाजू) आणि श्रोते यांच्यावर मुख्यतः भर देतो. पण अभिवृत्ती बदलात बोधात्मक प्रक्रिया या अधिक महत्त्वाची प्रक्रिया पार पाडतात हे आधुनिक सामाजिक मानसशास्त्रज्ञांना संशोधनात आढळून आले आहे. पद्धतशीर प्रक्रियेन (ज्यामध्ये संदेशाच्या आशयाकडे काळजीपूर्वक लक्ष दिले जाते) आणि नवगामी प्रक्रियेन (ज्यामध्ये मानसिकदृष्ट्या सोप्या पद्धतीचा वापर केला जातो) उदा., तज्ज्ञ लोक/व्यक्ती नेहमीच बरोबर असतात. (King is always right, वरिष्ठ हा नेहमी बरोबरच असतो) या दोन भिन्न-भिन्न मार्गांनी संदेशाचे प्रक्रियेन करतात.

### 4.3 बोधनिक विसंवाद COGNITIVE DISSONANCE

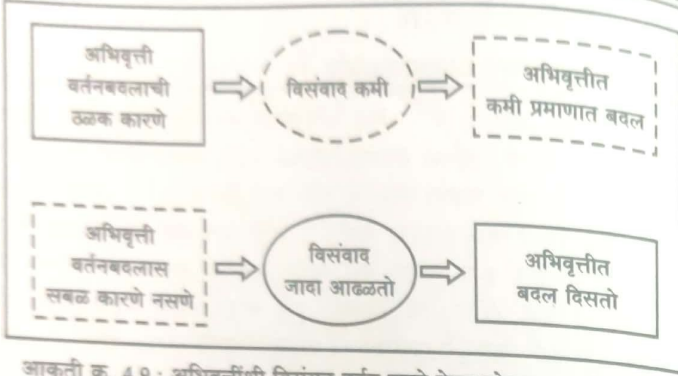
आपले प्रत्यक्ष वर्तन आणि आपल्या अभिवृत्ती यामध्ये दरी दिसून येते. आपल्या मनातील विचार, भावना, जाणिवे वेगळ्या असतात आणि आपण वागतो ते वेगळ्याच प्रकारे. उदाहरणार्थ, जेव्हा एखाद्या व्यक्तीने नवीन गाडी खरेदी केलेली असते. ती गाडी आपल्याला आवडलेली नसते तरीसुद्धा आपण ती 'गाडी छान आहे' असे बोलतो. आपण उगाचच त्या व्यक्तीला दुःख द्यायला नको म्हणून मनातील खरी नावड सांगत नाही. कशाला शेजारी आहे, त्याला नावे ठेवायला नको म्हणून त्याची स्तुती केली जाते. येथे आपले वर्तन आणि अभिवृत्ती यामध्ये फरक असतो. एखाद्याने बंगला बांधलेला असतो. तो जेव्हा आपण पाहतो तेव्हा त्यातील काही गोष्टी आपल्याला आवडत नाहीत. पण त्या घर बांधलेल्या व्यक्तीला आपण तुमचा बंगला लाजवाब आहे असे बोलतो. जरी असे आपण बोललो असलो तरी मनात एक अस्वस्थतेची अवस्था असते. अशा प्रकारच्या अस्वस्थ अवस्थेला बोधनिक व वर्तनात्मक दरीला सामाजिक मानसशास्त्रात 'बोधनिक विसंवाद' असे म्हणतात.

येथे आपण खोटी स्तुती करत आहे याची जाणीव व्यक्तीला झालेली असते. जेव्हा आपले वर्तन आणि अभिवृत्तीमध्ये विसंगती असते तेव्हा 'बोधनिक विसंवाद' दिसून येतो. हा विसंवाद टाळण्यासाठी आणि सुसंगती निर्माण करण्यासाठी व्यक्ती स्वतःच्या अभिवृत्तीमध्ये बदल घडवून आणते.

बोधनिक विसंवादाचा अनुभव अनेकदा येत असतो. उदाहरणार्थ, एखाद्याची स्तुती करणे आवडत नसते, तरीपण स्तुती करायची. जसे, शेजाऱ्याचा मुलगा आवडत नसला तरीसुद्धा तुमचा मुलगा खूप चांगला आहे. एखाद्या खोने नवीन सोन्याचा दागिना गळ्यात घातलेला असतो. तो पाहून मनातून आनंद झालेला नसतो. पण काय हो ? किती सुंदर दागिना आहे. तुम्हाला छानच दिसतो. तुम्ही आज छानच दिसता असे एकमेकांस म्हणणे ही सर्व उदाहरणे बोधनिक विसंवादाची आहेत.

#### (अ) विसंवाद आणि अभिवृत्ती बदल (Dissonance and Attitude Change)

आपल्या अभिवृत्ती आणि वर्तन यामध्ये फरक दिसून येतो. चांगल्या कारणांचा परिणाम होऊन अभिवृत्तीत बदल घडून येतो. समाजामध्ये काही व्यक्ती सर्वाना नेहमीच मदत करणाऱ्या असतात. अशा व्यक्तींबाबत चांगल्याच अभिवृत्ती विकसित होतात. एखाद्या व्यक्तीने जे वर्तन केले आहे ते वर्तन तिला का करावे लागले हे ठाऊक नसेल तर विसंवाद अधिक निर्माण होतो.



आकृती क्र. 4.9 : अभिवृत्तींशी विसंगत वर्तन घडते तेव्हा छोट्याशा उद्दीपकामुळे अभिवृत्तीत बदल करता येतो का ?

बोधनिक विसंवाद सिद्धान्ताच्या साहाय्याने अभिवृत्ती बदल घडून येईल का, याचे भाकीत करता येते. ज्या वेळी आपण एखादे वर्तन केलेले असते त्या वर्तनामागील विसंगतीची ठळक कारणे सांगताना अडचणी येतात. तेव्हा ती इतर कारणे शोधण्याचा प्रयत्न करते. त्या वेळी विसंवाद कमी होऊन अभिवृत्तीत कमी बदल दिसून येतो. (हारमन आणि जोन्स, 2000; लिप्पी आणि आईनस्टाड, 1994).

व्यक्तीने जर विशिष्ट प्रकारचे काम केले त्याबद्दल तिला प्रबलके आणि पैसे दिले तर ती केवळ प्रबलकामुळे सांगितलेले काम करते. तिच्या अभिवृत्तीमध्ये फरक दिसून येत नाही. एखाद्या व्यक्तीला आपण 'ठरावीक रक्कम घे आणि मी सांगतो तेवढे काम कर' असे बोलल्यावर व्यक्ती फारसा विचार न करता सांगितलेले काम करते. राजकारणामध्ये पैशाचा खेळ पाह्यावयास मिळतो. काही वेळा असेही घडते की प्रबलके अतिशय कमी दिली गेली तरीही अभिवृत्तीत मोठा बदल होतो. समजा, एखादी राजकारणी व्यक्ती आहे. तिने खूपच कमी काम केलेले आहे. तिच्या कामावर लोक नाराज होतात आणि त्यातून नकारात्मक अभिवृत्ती तयार होतात. व्यक्ती जेव्हा स्वतःहून एखादा निर्णय घेते तेव्हा आपण घेतलेल्या निर्णयामुळे जे काही परिणाम होतील ते भोगायची व्यक्तीची तयारी असते. ऑफिसमध्ये हाताखालच्या कर्मचाऱ्यांना अधिकारी एखादे काम सांगतात तेव्हा कर्मचारी त्याचा फारसा गांभीर्याने विचार करत नाहीत. कारण बाँसने सांगितले त्यामुळे ते काम केले. पुढे काय व्हायचे ते होऊ द्या असा सूर दिसून येतो.

## विसंवाद सोडविण्याच्या पर्यायी युक्त्या

### (Alternative Strategies for Resolving Dissonance)

- बोधनिक विसंवाद सोडविता येतो. त्यासाठी पुढील युक्त्या विचारात घेतल्या पाहिजेत :
- \* आपण अभिवृत्तीमध्ये बदल घडवून विसंवाद कमी करू शकतो किंवा वर्तन अभिवृत्तीनुरूप करता येते.
  - \* आपल्या कृतीमागील कारणांचे समर्थन करून विसंवाद सोडविता येतो. आपले वर्तन कसे बरोबर आहे हे पटवून देणे होय. काही लोक गैरमार्गाने संपत्ती जमा करतात. पण बोलताना असे काही बोलतात की मी गैरमार्गाने जरी वागलो, संपत्ती मिळविली तरी त्यातून इतरांचे कल्याण केले आहे. त्यासाठी लोकांनी संपत्ती दिली आहे. लोक देतात, आपला दोष काहीच नाही असे समर्थन करतात.
  - \* जेव्हा विसंवाद घडून येतो तेव्हा त्याबद्दल स्वतः काहीही वाटून न घेणे होय. जीवनात काही गोष्टी किरकोळ आहेत असे समजून विसंवाद कमी करणे होय.
- स्टील आणि लिवू (1983) यांनी असे स्पष्ट केले आहे की, बोधनिक संवादामध्ये अभिवृत्ती आणि वर्तन यामधील फरक तसाच राहतो. विसंवादामुळे कटू आणि असुखकारक भावना असतात, त्या कमी करण्याचा प्रयत्न केला जातो.

### (क) वर्तनातील बदलांसाठी विसंवाद हे साधन केव्हा फायदेशीर ठरते ?

#### (When Dissonance is a Tool for Beneficial Changes in Behaviour ?)

- \* जे लोक चारचाकी गाडी चालविताना सीट-बेल्ट वापरत नाहीत ते सीट-बेल्ट वापरणाऱ्यांपेक्षा अपघातात अधिक बळी पडतात.
- \* ज्या व्यक्ती अधिक धूम्रपान करतात त्यांना धूम्रपान न करणाऱ्या व्यक्तींपेक्षा अधिक प्रमाणात कॅन्सर व हृदयविकाराचा त्रास होतो.
- \* जे लोक असुरक्षित लैंगिक संबंध ठेवतात त्यांना लैंगिकतेतून संक्रमित होणारे धोकादायक आजार होण्याची शक्यता सुरक्षित लैंगिक संबंध ठेवणाऱ्यांपेक्षा जास्त असते.

व्यक्तीच्या मनात धन अभिवृत्ती येऊनसुद्धा त्या अभिवृत्तीचे प्रतिबिंब वागण्यात आढळत नाही. कितीही समजून सांगितले तरीसुद्धा काही व्यक्ती सीट-बेल्ट लावत नाहीत. धूम्रपानाचे धोके सांगितले तरीही धूम्रपान सोडत नाहीत. लैंगिकतेतून संक्रमित होणाऱ्या आजारांपासून संरक्षण मिळण्यासाठी सुरक्षित संभोग किंवा कंडोमचा वापर करत नाहीत.

विसंवाद अभिवृत्तीमध्ये बदल घडवून आणण्यासाठी उपयोगी ठरतो असे वॉटसन आणि त्यांच्या सहकाऱ्यांना आढळून आले आहे. जर व्यक्ती बोलते एक आणि करते एक याची त्या व्यक्तीला जाणीव करून दिली तर विसंवाद कमी होतो. साहजिकच, अभिवृत्तीमध्ये बदल घडून येतो. एखादी गोष्ट केली नाही तर विसंवाद कसा होतो याची जाणीव करून दिल्यास विसंवाद कमी होतो.

सुरक्षित लैंगिक संबंध ठेवून एड्ससारखा गंभीर आजार व्यक्तीकडून टाळला जावा यावर आधारित एक फिल्म स्टोन, विगॅन्ड, कूपर आणि अरॉनसन (1997) यांनी तयार केली. ती फिल्म काही व्यक्तींना दाखविली. संशोधकांनी प्रयुक्तांना सुरक्षित लैंगिक संबंध ठेवण्यासाठी कंडोम का वापरला जात नाही यामागील कारणे विचारली. तेव्हा व्यक्तिगत कारणामुळे विसंवाद आढळला. प्रयुक्तांना प्रत्यक्ष बाजारात जाऊन कंडोम खरेदी करण्यास सांगितले. सुरक्षित लैंगिक संबंध का ठेवला नाही याबद्दल विचारल्यानंतर विसंवाद कमी दिसून आला. त्यानंतर बऱ्याच प्रयुक्तांनी कंडोम खरेदी केले.

आपल्या असे लक्षात घेते की, विसंवादामुळे घडणारी तफावत कमी करते. अभिवृत्तीदेखील बदलतात. कंडोमचा योग्य पुरवठा केल्यास अभिवृत्ती बदलतात. ज्या वेळी आपण हव्या त्या सर्व गोष्टी उपलब्ध करून देतो तेव्हा त्या गोष्टींचा पुरवठा झाल्याने विसंवाद कमी होऊन वर्तनामध्ये बदल घडतात.

### स्वाध्याय

● खाली दिलेल्या पर्यायांपैकी योग्य पर्याय निवडून रिकाम्या जागा पूर्ण करा.

1. आपले प्रत्यक्ष . . . . . आणि आपल्या अभिवृत्ती यात दरी दिसून येते.  
(अ) जीवन (ब) वर्तन  
(क) प्रेरणा (ड) भावना
2. . . . . विसंवाद सोडविता येतो.  
(अ) बोधनिक (ब) धार्मिक  
(क) आर्थिक (ड) सामाजिक
3. जीवनात काही गोष्टी . . . . . आहेत असे समजून विसंवाद कमी करता येतो.  
(अ) किरकोळ (ब) महत्त्वाच्या  
(क) गरजेच्या (ड) अनावश्यक

4. बोधनिक . . . . . सिद्धांताद्वारे अभिवृत्तीत बदल घडून येईल याचे भाकीत करता येते.  
(अ) विसंवाद (ब) सुसंवाद  
(क) ज्ञानाधिष्ठित (ड) अभिजात
5. . . . . अभिवृत्तीतील तफावत कमी करता येते.  
(अ) विसंवादामुळे (ब) समायोजनामुळे  
(क) भेदबोधनामुळे (ड) विषमयोजनामुळे
6. संपादित केलेल्या विशिष्ट वर्तन प्रवृत्ती म्हणजे . . . . . होय.  
(अ) अभिवृत्ती (ब) अभिक्षमता  
(क) अभिरुची (ड) अभिसंधान
7. साहचर्यावर आधारित अध्ययन म्हणजे . . . . . अभिसंधान होय.  
(अ) अभिजात (ब) प्रयत्न-प्रमाद  
(क) साधक (ड) निरीक्षणात्मक
8. पारितोषिक व शिक्षा यांचा उपयोग . . . . . अभिसंधानामध्ये केलेला असतो.  
(अ) साधक (ब) अभिजात  
(क) निरीक्षणात्मक (ड) प्रयत्न-प्रमाद
9. . . . . यांनी निरीक्षणात्मक अध्ययन पद्धती विकसित केली.  
(अ) वॉटसन (ब) पॅव्ह्लोव्ह  
(क) बांडुरा (ड) फ्रॉईड
10. विविध प्रकारच्या संदेशाचा वापर करून इतरांच्या अभिवृत्तीमध्ये बदल करण्याकरिता केलेला प्रयत्न म्हणजे . . . . . होय.  
(अ) आरोपण (ब) अभिसंधान  
(क) अनुकूलन (ड) विसंवाद
11. अनुकूलन प्रक्रिया ही . . . . . आहे.  
(अ) बोधनिक (ब) धार्मिक  
(क) भावनिक (ड) राजकीय

## ○ टीपा लिहा.

1. अभिजात अभिसंधान
2. साधक अभिसंधान
3. निरीक्षणात्मक अभिसंधान
4. अनुकूलन
5. विसंवाद आणि अभिवृत्ती बदल
6. विसंवाद सोडविण्याच्या युक्त्या

## ○ दीर्घोत्तरी प्रश्न :

1. अभिवृत्तीनिर्मितीचे वर्णन करा.
2. अनुकूल (अभिवृत्ती बदलाचे शाख) - स्पष्ट करा.
3. बोधनिक विसंवादाचे वर्णन करा.
4. अनुकूलनाच्या बोधनिक प्रक्रिया स्पष्ट करा.



## संदर्भ ग्रंथ

### REFERENCES

- Branscombe, R. N.; Baron, R. A. and Kapur, Preeti; (2017), Social Psychology, 14th Edition, Noida (UP), Pearson India Education Service Pvt. Ltd.
- Barou, R. A. and Branscombe, R. N. (2012), Social Psychology, 13th Edition, Indian Reprint, 2014; New Delhi, Pearson Education India.
- नाईक, शिरगावे, घस्ते आणि बिराजे (२०१४); सामाजिक मानसशास्त्र, प्रथम आवृत्ती, पुणे, निराली प्रकाशन.
- शिरगावे, नाईक, घस्ते आणि बिराजे (२००९); उपयोजित मानसशास्त्र, प्रथम आवृत्ती, पुणे, निराली प्रकाशन.
- बायरन, आ. ए., बॅनस्कोम्ब नायला; बायरन डी.; भारद्वाज, जी. (अनुवादक) : नातू, साधना; वैद्य, अल्पना आणि राजहंस, मानसी (२०१२), सामाजिक मानसशास्त्र, बारावी आवृत्ती, दिल्ली - पिअरसन.
- शिरगावे, नाईक, घस्ते आणि बिराजे (२०११); उपयोजित मानसशास्त्र, पुणे, निराली प्रकाशन.
- देशपांडे, चं. गं.; सिन्हरॉय, माधवी आणि वैद्य, अल्पना (२०००), सामाजिक मानसशास्त्र, भाग - १, पुणे, उमा प्रकाशन.

