Odnos moći govornog stila, potrebe za spoznajom i snage argumenata s procjenama govornika i persuazijom

Vuković, Mirna

Master's thesis / Diplomski rad

2019

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Zadar / Sveučilište u Zadru**

Permanent link / Trajna poveznica: https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:162:752338

Rights / Prava: In copyright / Zaštićeno autorskim pravom.

Download date / Datum preuzimanja: **2024-03-29**

Image not found or type unknown

Repository / Repozitorij:

University of Zadar Institutional Repository

zir.nsk.hr

Image not found or type unknown

Sveučilište u Zadru

Odjel za psihologiju
Diplomski sveučilišni studij psihologije (jednopredmetni)

Mirna Vuković

Odnos moći govornog stila, potrebe za spoznajom i snage argumenata s procjenama govornika i persuazijom

Diplomski rad

Zadar, 2019.

Sveučilište u Zadru

Odjel za psihologiju
Diplomski sveučilišni studij psihologije (jednopredmetni)

Odnos moći govornog stila, potrebe za spoznajom i snage argumenata s procjenama govornika i persuazijom

Diplomski rad

Studentica:
Mirna Vuković

Mentorica:
Izv.prof. dr.sc. Irena Burić

Zadar, 2019.

Izjava o akademskoj čestitosti

Ja, **Mirna Vuković,** ovime izjavljujem da je moj **diplomski** rad pod naslovom **Odnos moći govornog stila, potrebe za spoznajom i snage argumenata s procjenama govornika i persuazijom** rezultat mojega vlastitog rada, da se temelji na mojim istraživanjima te da se oslanja na izvore i radove navedene u bilješkama i popisu literature. Ni jedan dio mojega rada nije napisan na nedopušten način, odnosno nije prepisan iz necitiranih radova i ne krši bilo čija autorska prava.

Izjavljujem da ni jedan dio ovoga rada nije iskorišten u kojem drugom radu pri bilo kojoj drugoj visokoškolskoj, znanstvenoj, obrazovnoj ili inoj ustanovi.

Sadržaj mojega rada u potpunosti odgovara sadržaju obranjenoga i nakon obrane uređenoga rada.

Zadar, 29. ožujka 2019.

Sažetak 1

Abstract 2

1. UVOD 3

1.1. Jezik i socijalna ponašanja 3

1.1.1. Povijest istraživanja stavova o jeziku 4

1.1.2. Objašnjenja o utjecaju jezičnih komponenti na stvaranje dojma 5

1.1.3. Evaluativni instrumenti 11

1.2. Moć govornog stila 13

1.2.1. Moć govornog stila i evaluacija govornika 15

1.2.2. Moć govornog stila i atribucije kontrole 18

1.2.3. Moć govornog stila i persuazija 19

2. POLAZIŠTE, CILJ I PROBLEMI ISTRAŽIVANJA 22

2.1 PROBLEMI 23

2.2 HIPOTEZE 23

3. METODA 25

3.1. ISPITANICI 25

3.2. POSTUPAK 25

3.2.1. Transkript govora (podražajni materijal) 26

3.2.1.1. Snaga argumenata 26

3.2.1.2. Moć govornog stila 27

3.2.1.3. Pred testiranje za provjeru manipuliranih nezavisnih varijabli 27

3.3. MJERNI INSTRUMENTI 28

3.3.1. Mjere persuazije 28

3.3.2. Atribucije kontrole 29

3.3.2.1. Mjere kontrole nad drugima 29

3.3.2.2. Mjere samokontrole 30

3.3.3. Evaluativna skala 30

3.3.4. Skala potrebe za spoznajom 31

4. REZULTATI 32

4.1. Povezanost rezultata procjena prijedloga, kontrole nad drugima, samokontrole, socijabilnosti i autoritativnosti. 35

4.2. Razlike u persuaziji (procjeni prijedloga), samokontroli, kontroli drugih i evaluaciji s obzirom na potrebu za spoznajom, moć govornog stila i snagu argumenata. 36

5. RASPRAVA 43

5.1. Odnos persuazije, procjena samokontrole, kontrole nad drugima te socijabilnosti i autoritativnosti 43

5.2. Razlike u mjerama persuazije, procjenama govornikove samokontrole, kontrole nad drugima te evaluaciji s obzirom na potrebu za spoznajom, moć govornog stila i snagu argumenata 45

5.3. Završna razmatranja 51

6. ZAKLJUČAK 55

7. LITERATURA.....57

8. PRILOG 63

Sažetak

Odnos moći govornog stila, potrebe za spoznajom i snage argumenata s procjenama govornika i persuazijom

Prema većini istraživanja moć govornog stila ima utjecaj na evaluaciju govornika, odnosno na procjene njegove autoritativnosti, socijabilnosti, atribucije kontrole itd. Međutim, malo se zna o utjecaju moći govornog stila na persuaziju, a rezultati koji postoje su nekonzistentni. Osim toga, kao varijable koje bi mogle utjecati na procjene govornika i prijedloga koji se zagovara navode se snaga argumenata i potreba za spoznajom, koje su rijetko uključivane u istraživanja vezana uz moć govornog stila ili druge jezične varijable. Iz tog razloga cilj ovog istraživanja bio je ispitati odnos potrebe za spoznajom, snage argumenata i moći govornog stila i persuazije, atribucija govornikove kontrole te evaluacije govornika. Istraživanje je provedeno na prigodnom uzorku od 312 studenata Sveučilišta u Zadru, koji su dali svoje procjene prijedloga koji se zagovarao u korištenom transkriptu govora, atribucije govornikove samokontrole i kontrole nad drugima te na mjerama evaluacije govornika. Na temelju dobivenih podataka izračunate su međusobne korelacije između nabrojenih mjernih instrumenata, kao i razlike s obzirom na moć govornog stila, snagu argumenata te potrebu za spoznajom. Analiza korelacija pokazala je da su mjere evaluacije, kao i mjere govornikove samokontrole i kontrole nad drugima bile u pozitivnoj korelaciji s mjerom persuazije. Također se pokazalo i da su navedene varijable osim s mjerama perusazije bile i u međusobnim korelacijama, također pozitivnima. Utvrđeno je da su ispitanici prijedlog procjenjivali povoljnijim u situaciji moćnog govornog stila, u odnosu na nemoćan te u situaciji visoke potrebe za spoznajom u odnosu na nisku. Osim toga, ispitanici su govornikovu samokontrolu procjenjivali višom također u situaciji korištenja moćnog govornog stila, u odnosu na nemoćan te u situaciji korištenja snažnih argumenata, u odnosu na slabe. Isti obrazac rezultata bio je i na varijabli kontrole nad drugima, osim što je u ovom slučaju bio značajan i interakcijski efekt moći govornog stila i potrebe za spoznajom, koji se pak u post- hoc analizi nije pokazao značajnim. Autoritativnost govornika bila je percipirana višom također u situaciji moćnog govornog stila, u odnosu na nemoćan. Post- hoc analiza interakcijskog efekta moći govornog stila i snage argumenata nije pokazala značajnost razlika. Postojao je i interakcijski efekt moći govornog stila i potrebe za spoznajom na procjene socijabilnosti, međutim post- hoc testom opet nisu bile utvrđene razlike.

Ključne riječi: moć govornog stila, potreba za spoznajom, snaga argumenata, evaluacija govornika, persuazija

Abstract

Relation of a power of speech style, need of cognition and argument strength with speaker evaluation and persuasion

According to most research power of speech style has an impact on speaker evaluation, more precisely, on authoritativeness, sociability, and attributions of control. However, little is known about the impact of the power of speech style on persuasion. Argument strength and need for cognition, variables that are rarely included in research on the power of speech style, could have an impact on persuasion and speaker evaluation, according to some researchers. Following that, the goal of this research was to examine the relationship between need for cognition, argument strength, the power of speech style, and persuasion, speaker evaluation and attributions of control. The research was conducted on a sample of 312 students of the University of Zadar, that gave their evaluation on a) a proposal that was suggested in the speech, b) attribution of speakers self-control and control over others, and c) speaker evaluation scale. Analysis showed that the measure of evaluation, speakers self-control, and control of others are positively correlated with the measure of persuasion. Furthermore, it is shown that the above-mentioned variables are also positively correlated among themselves. It was found that the proposal was evaluated more positively while using powerful speech style in contrast to powerless. Also, a proposal was evaluated more positively by speakers who had a higher need for cognition in contrast to ones with lower. Moreover, participants evaluated speakers self-control much higher while using powerful speech style – in contrast to powerless – and while using strong arguments – in contrast to weak ones. Control over others variable showed a similar pattern of results with an interactional effect alongside. The interactional effect was not shown to be significant in a post-hoc analysis. In addition to that, speakers authoritativeness was perceived significantly higher in a powerful speech condition in contrast to powerless. Post-hoc analysis of the interactional effect between the power of speech style and argument strength did not turn out to be significant. Likewise, there was an interactional effect of power of speech style and need for cognition on sociability evaluation, but again, post-hoc tests found no significant difference.

Keywords: the power of speech style, need for cognition, argument strength, attribution of speaker control, speaker evaluation, persuasion

1. UVOD

1.1.Jezik i socijalna ponašanja

Jezik prožima cijeli socijalni život. Kao primarno sredstvo ljudske komunikacije, jezik je vrlo moćna socijalna sila koja je u osnovi većine fenomena koji leže u srži socijalne psihologije, poput promjene stava, socijalne percepcije, osobnog identiteta, međugrupne pristranosti, stereotipa itd. (Krauss i Chiu, 1997). Osim toga, jezik također ukazuje na osobne i socijalne karakteristike govornika. Pojedini aspekti govora, poput naglaska, vokabulara, intonacije i mnogih drugih, mogu služiti kao znakovi za evaluaciju govornika, odnosno njegovog izgleda, osobnosti, socijalnog statusa i mnogih drugih karakteristika (Melander, 2003). Primjerice, Amerikanci mogu stvoriti sliku u pojedincima kao kulturnima samo na temelju njihovog specifičnog britanskog naglaska. Osim tih „blažih" utjecaja jezika na percepciju osobe, djelovanje jezika može se očitovati i u ponešto drukčijim kontekstima te imati dalekosežnije ili ozbiljnije posljedice. Primjerice, može služiti kao sredstvo na temelju kojeg nastavnici procjenjuju učenike, nesvjesno ili svjesno stvarajući dojam o njihovim vještinama na temelju naglaska, leksičke različitosti ili pak brzine govora (Cargile, Giles, Ryan i Bradac, 1994). No, kako uopće definirati jezik? Jedna od definicija koje su učestalo korištene je ona da je jezik apstraktan set pravila koji specificiraju odnos između sekvenci zvuka i sekvenci značenja. Kao što je slučaj s definicijama većine kompleksnih fenomena, i ova definicija zanemaruje mnoštvo stvari koje su bitne za objašnjenje ovog fenomena pa se tako smatra i tehnički manjkavom. O jeziku bi se moglo razmišljati kao o setu kompleksnih sustava koji djeluju zajedno. Tako bi bilo koji čin govora mogao biti ispitan uzevši u obzir taj sustav, a svaka razina analize može imati značenje za socijalno ponašanje. Primjerice, četiri različita sustava, koja postoje u svakom jeziku, (fonološki, morfološki, sintaktički i semantički) tvore gramatiku (Krauss i Chiu, 1997).

Od 70- ih godina prošlog stoljeća istraživanja jezika u socijalnom kontekstu privukla su veliku pozornost istraživača. Njihov interes za ispitivanjem utjecaja pojedinih karakteristika jezika na oblikovanje dojma o govorniku, ali i na donošenje odluka, doveo je do mnoštva istraživanja koja su se bavila ovom tematikom te do vrijednih spoznaja koje su oblikovale suvremena istraživanja o jeziku. Iako su nalazi varirali ovisno o kulturi, naglasku, dijalektu, kontekstu itd., istraživači su bili složni u misli da je određivanje efekata jezika na socijalne prosudbe bazični dio u objašnjavanju komunikacijskog procesa.

1.1.1. Povijest istraživanja stavova o jeziku

Još od razdoblja Aristotela pretpostavljalo da leksičke i vokalne varijacije mogu uvelike djelovati na stvaranje dojma, odnosno na evaluaciju govornika. Unatoč tome što je ovaj odnos bio prepoznat još od davnih dana, sistematično i empirijsko proučavanje utjecaja jezičnih varijacija na stvaranje impresija počelo je tek sredinom 20- og stoljeća. Pearovo istraživanje iz 1931. smatra se početkom empirijskih istraživanja u ovom području. Ovo klasično istraživanje temeljilo se na stvaranju profila osobina na temelju raznih glasova koje je BBC- jeva publika čula na radiju, a dovelo je do nalaza da su različite vrste britanskog naglaska dovodile do razlika u percepciji osoba (Giles i Bilings, 2004).

Proučavanje stavova o jeziku uglavnom su se oslanjala na tri pristupa, a to su analiza sadržaja, direktne mjere te evaluacija govornika. Prvi pristup u najvećem broju slučajeva uključivao je promatranje, sudioničko promatranje te etnografske studije, ali i analizu vladinih i obrazovnih jezičnih politika, analizu literature, poslovnih dokumenata, novina te oglašavajućih medija (Bradac, Cargile i Giles, 1994). Za bolju ilustraciju same metode može koristiti istraživanje Fishmana i suradnika (1971). U ovom istraživanju uspoređivane su etničke grupe Puerto Rica, jezik i kulturalni interesi u njujorškim novinama na engleskom i španjolskom jeziku. Ovakve neinvazivne metode dopuštaju izvođenje zaključaka o unutargrupnim, kao i međugrupnim stavovima i socijalnim ulogama dvaju jezika. Unatoč neinvazivnosti metode, budući da ljudi razvijaju kulturalno specifične stavove o nizu jezičnih ponašanja poput naglaska, kvalitete glasa, brzine govora itd., a ne samo o pojedinim jezicima, analiza sadržaja jednostavno nije dovoljna da bi se ispitali ti tipovi stavova o jeziku (Bradac, Cargile i Giles, 1994). Druga tehnika temeljila se na izravnom pitanju sudionika o stavovima prema različitim jezičnim varijantama putem upitnika i intervjua. Primjerice, Galindo (1995) je u svom istraživanju ispitivao stavove adolescenata iz Chicano bilingvalnih zajednica o njihovim varijantama Engleskog i Španjolskog, kao i stavove prema varijetetima koje koriste njihovi afroamerički i američki vršnjaci. Treća metoda ispitivanja jezičnih stavova je indirektna te je zadatak ispitanika, odnosno slušatelja, da evaluiraju jednog ili više govornika čiji su govori prethodno snimljeni (Cargile i Bradac, 2001). Najreprezentativnija metoda ispitivanja stavova o jeziku je *tehnika usklađivanja maski* (engl. matched guise technique). Procedura ove tehnike izgrađena je na pretpostavci da stil govora okida određene socijalne kategorizacije, koje će dovesti do niza značajki koje su povezane s grupnom pripadnošću (Giles i Billings, 2004). Ova

tehnika prvi put je korištena u istraživanju Lamberta, Hodgsona, Gardnera i Fillenbauma (1960). U spomenutom istraživanju korištena je francuska proza koja je također prevedena i na engleski jezik, a bilingvalni ispitanici (4 muškarca) čitali su obje verzije. Osim njih, u istraživanju su sudjelovala i dva druga ispitanika, od kojih je jedan čitao tekst na francuskom, a jedan na engleskom jeziku. Ispitanici nisu bili upoznati s činjenicom da će neke od glasova čuti više puta, već da će čuti deset muških glasova. Nakon slušanja svakog glasa ispitanici, koji su također bili bilingvisti, su morali procijeniti govornike na nizu karakteristika, poput statusa, kompetentnosti itd. Istraživanjem se pokazala generalna preferencija engleskih verzija. Što se tiče same tehnike, neke od najvažnijih komponenti su to da se u obzir uzimaju varijable spola, dobi i prvog jezika procjenjivača, ali i govornika. Osim toga, procjenjivači, kao što je već navedeno, ne znaju da slušaju iste govornike više puta te postoji potpuna kontrola nad varijablom glasa u smislu da se uklanjaju sve značajke glasnoće, boje zvuka, tona itd. Duljina usmenog podražajnog materijala u prosjeku je između dvije i tri minute (Melander, 2003).

1.1.2. Objašnjenja o utjecaju jezičnih komponenti na stvaranje dojma

Postoji nekoliko mogućih objašnjenja različitih reakcija ljudi na pojedine značajke jezika i stila. Jedna od mogućnosti je da stavovi o jeziku zapravo reflektiraju intrinzične razlike unutar jezika i između različitih jezika, odnosno da su neke forme jednostavno superiorne nad drugima. Unatoč velikoj inicijalnoj potpori ovoj teoriji, lingvisti su uvjerljivo dokazali pogrešnost ovog mišljenja jer ono odražava pogrešno shvaćanje prirode ljudskog jezika. Druga mogućnost, odnosno drugo objašnjenje temelji se na estetskim kvalitetama. Pretpostavljeno je, primjerice, da će neke forme jezika biti povoljnije evaluirane iz razloga što zvuče melodičnije ili bolje na neki način. I ova mogućnost je također odbačena. Giles i kolege (prema Edwards, 1999) navode da estetska privlačnost određene forme ne odražava inherentnu vrijednost, već počiva na nametnutim normama. Nakon odbacivanja ovih dviju mogućnosti, kao najvjerojatnija se nameće ona da varijacije u procjenama određenih jezičnih formi odražavaju socijalne percepcije govornika koji ih koriste. Preciznije, određenje standardnog događa se zbog povijesnih utjecaja; dominirajuća socijalna grupa određuje standarde, bez obzira na to kako ti standardi zapravo zvuče (Edwards, 1982). U ovom smislu u jeziku se očituju socijalne strukture.

Raznim teorijama se pokušao objasniti utjecaj jezika na percepciju neke osobe. Primjerice Ryan, Giles i Sebastian (1982) su pokušali objasniti procjenjivanje ispitanika pomoću modela koji se sastoji od dvije ukrštene dimenzije: 1. standardni vs. nestandardni te 2. rastuća vs. padajuća vitalnost. Standardizacija bi se u ovom slučaju odnosila na kodiranu formu

jezika koju elite smatraju standardnom, dok se vitalnost odnosi na praktičnu primjenu jezika te implicitno postavlja pitanje govore li ljudi standardnim ili nestandardnim jezikom. Budući da autori smatraju da se bilo koji jezik ili dijalekt mogu smjestiti negdje unutar ovih kontinuuma, sam model se može smatrati prikladnim heuristikom za procjenu jezika. Osim ovog, postoji i model Gilesa i Ryana iz 1982. prema kojem postoje također dvije, ponešto drukčije dimenzije, a to su: 1. isticanje statusa vs. isticanje solidarnosti te 2. usmjeren na grupu vs. usmjeren na osobu. Ono što se smatra vrijednim doprinosom modela jest to što naglašava važnost konteksta situacije te tip studije za određivanje njene valjanosti.

Nešto razrađeniji model, odnosno *Opći procesni model evaluacije govornika*, predstavili su Cargile i suradnici 1994., a detaljnije su ga elaborirali Cargile i Bradac 2001. Prema njima, evaluacija i jezični stavovi uglavnom se smatraju sinonimima zbog učestalog korištenja evaluacije ispitanika kao mjere jezičnih stavova. Međutim, pristup po kojem izlaganje određenom jezičnom ponašanju govornika dovodi do pobuđivanja jezičnih stavova govornika, koji onda dovode do evaluacije govornika te se koriste kao mjere slušateljevih govornih stavova, smatra se prejednostavnim. Razlog tomu je zanemarivanje niza varijabli, poput interpretacije situacije, slušateljevih ciljeva, identiteta itd., koji, kad se uzmu u obzir, zapravo pokazuju da evaluacija nije samo odraz jezičnih stavova, već mnogo više. U modelu Cargila i suradnika (2001) autori naglašavaju kompleksnost odnosa između evaluacije i stava u kojem varijable grupne pripadnosti i jezika čine samo dio varijabli koje utječu na evaluaciju govornika. Njihovo razmatranje modela počinje s govornikom (ili piscem) i njegovim jezičnim ponašanjem (brzina govora, naglasak itd.). Osim jezičnog ponašanja, važnim se smatraju i neverbalna ponašanja poput pokreta, gestikulacija itd. te socijalnih atributa. Socijalni atributi, kao još jedan aspekt vezan uz govornika, razmatraju se odvojeno budući da imaju već uspostavljen utjecaj na slušateljeve prosudbe i ponašanja. Primjerice, istraživanja koja se bave stereotipima vezanima uz spolne uloge učestalo pokazuju da ispitanici često pripisuju različite atribucije muškarcima i ženama. Tako se primjerice žene procjenjuju više na crtama povezanima s estetskim kvalitetama (npr. lijepa, slatka, draga itd.), dok se muškarci procjenjuju više na crtama vezanima uz dinamičnost (npr. aktivni, snažni, glasni). Osim spola, socijalni atributi za koje je dokazano da utječu na navedeni odnos su nacionalnost, status, dob, etnicitet itd.

Drugi dio modela čine razmatranja vezana uz slušatelja. Kao glavnu zamjerku prethodno provođenih istraživanja u odnosu jezik- stavovi autori navode gledanje na slušatelje kao na pasivne i neanalitične entitete te već navedeno zanemarivanje afektivnih i kognitivnih varijabli nevezanih uz stavove. Iako je koncept stava često kritiziran od strane drugih autora

(primjerice, Pottera i Wetherella, 1987; prema Cargile i Bradac, 2001) zbog teškog određivanja toga što zaista ispitanici u eksperimentima procjenjuju, odnosno koji je zapravo objekt stava, te zbog nekonzistentnosti evaluacije istog objekta, koja je rezultat promjene konteksta i svrhe, Cargile i Bradac (2001) i dalje smatraju da evaluacije ipak odgovaraju unutrašnjim stanjima. Zbog spoznaje da se rijetko kad preispituje što je zapravo objekt pojedinog istraživanja, model uključuje i ne-jezična ponašanja i atribute kao potencijalne karakteristike na koje slušatelji reagiraju. Osim toga, razmatraju se i slušateljevi ciljevi te razine procesiranja informacija, kako bi se vodilo računa o varijacijama u odgovoru.

U razmatranjima vezanima uz slušatelja, bitnu ulogu ima i odabir podražaja. Autori (Cargile i Bradac, 2001) navode da se selekcija podražaja može odvijati top- down procesom u kojem bitnu ulogu imaju dostupni stavovi, očekivanja i ciljevi te bottom- up procesom koji je osjetljiv na nepredvidljive stvari iz okoline. Budući da je po ovom pažnja simultano pod utjecajem internalnih i eksternalnih faktora, ljudi se nikad neće orijentirati samo na vanjske podražaje. Tako će, primjerice, u slučaju poznatog podražaja djelovati top - down proces, a neće se aktivirati bottom up proces. Bottom- up proces će se, s druge strane, aktivirati u slučaju nepodudarnosti podražaja s očekivanjem. Primjerice, slušateljevu pažnju može potaknuti neočekivano jezično ponašanje te se on posljedično umjesto na stereotipe, može usmjeriti na individualne informacije o govorniku. Ta ponašanja mogu također aktivirati specifične jezične stavove tako da stavovi, individualne informacije, očekivanja i ciljevi inicijalno mogu usmjeravati pažnju na određena jezična ponašanja ili govornikove atribute koji će osigurati bazu za evaluaciju govornika. Nakon promatranja ovih ponašanja i atributa, oni opet mogu dovesti do usvajanja individualnih informacija i aktivirati specifične jezične stavove. Sljedeći zadatak s kojim se slušatelj susreće, nakon što se individualne činjenice i relevantni stavovi naglase, jest procesiranje dva tipa informacija. U modelu se tako pažnja posvećuje i procesiranju informacija.

U ovom dijelu ključan je *Model paralelnog zadovoljenja ograničenja* (PCSM, engl. parallel constraint satisfaction model), Kunda-e i Thagarda (1996; prema Cargile i Bradac, 2001) koji objašnjava kako individualna ili za osobu specifična ponašanja te stereotipi ili informacije koje reflektiraju generalne ili već postojeće asocijacije između verbalnih i neverbalnih podražaja i crta (npr. atraktivnost ili socio- intelektualni status) djeluju u procesu stvaranja dojma o govorniku. Prema tom modelu, stereotipi, crte i ponašanja predstavljeni su kao međusobno povezani čvorovi u mreži. Aktivacija čvorova događa se kad su istaknuti ili stereotipi ili individualne informacije te se širi pozitivnim ili negativnim asocijacijama među čvorovima i relativnom snagom među njima. Primjerice, slušatelji mogu primijetiti nisku leksičku

raznolikost kod nekoga i pripisati to neukosti. Istovremeno, mogu primijetiti da ta ista osoba ima visoke ocjene na fakultetu. Ova tri čvora („neznanje“, „leksička jednostavnost“ i „dobre ocjene“) će se, prema autorima, automatski aktivirati, pri čemu se ne daje prednost ni stereotipima ni individualnim informacijama, već oba tipa informacija imaju jednaku težinu. Naravno, mreža se može sastojati i samo od čvorova koji su izvedeni iz stavova ili samo iz informacija vezanih uz osobu te se ovdje kao rješenje inkorporira kontinuum stav/ne- stav. Odgovori na objekte stava mogu prema tome biti generirani na tri načina: bez *a priori* evaluacija, kroz strogo oslanjanje na visoko dostupne stavove te bazirani na kombinaciji informacija vezanih uz stavove i onih koje to nisu.

Iako se PCSM primarno bazira na automatskom integriraju informacija, Cargile i Bradac (2001) smatraju da model može objašnjavati i elaboriranije i kontroliranije procese integriranja informacija. Kontrolirano procesiranje, za razliku od automatskog, je namjerno i zahtijeva aktivnu pažnju pojedinca. Mnoga recentnija istraživanja upućuju na to da kod stvaranja impresija osobe mogu doprinijeti dvije različite vrste evaluacije, koje reflektiraju ili automatske ili kontrolirane procese, što sugerira to da informacija koja je automatski aktivirana u inicijalnom ponavljanju nodalne mreže može, ali i ne mora utjecati na slušateljevu evaluaciju govornika. Automatsko procesiranje se, prema tome, događa kad se dogodi nekoliko ponavljanja u aktiviranoj slušateljevoj nodalnoj mreži koji vode to brzog odgovora. S druge strane, kontrolirano procesiranje zahtijeva nebrojena ponavljanja ili elaboraciju mreže koja posljedično rezultira sporim ili odgođenim odgovorom (Cargile i Bradac, 2001).

Kao važno pitanje vezano uz automatsko i kontrolirano procesiranje informacija nameće se pitanje faktora koji određuju hoće li doći do jednog ili drugog tipa procesiranja. Odgovor na ovo pitanje nije potpun budući da je do sad „otkriven“ samo manji broj onih koji utječu na razlike u procesiranju. Ovi faktori mogu biti svrstani u tri veće skupine, a to su: motivacija, sposobnost i raspoloženje. Prvu i drugu skupinu faktora predložili su Petty i Cacioppo (1986; prema Cargile i Bradac, 2001) u sklopu svog modela vjerojatnosti elaboracije (engl. elaboration likelihood model- ELM). U ovom modelu Petty i Cacioppo (1986, prema Gibbons i Bradac, 1991.) prvenstveno su nastojali objasniti procese persuazije. Prema njima, postoje dva puta persuazije: centralni podrazumijeva elaboraciju komunikatorovih argumenata, što se odnosi na razinu do koje osoba promišlja o informacijama vezanima uz temu te podrazumijeva visoke razine kognitivne uključenosti. Faktore koji nisu nužno vezani uz argumente te samim time ne zahtijevaju više razine procesiranja naglašava tzv. periferni put. Kao jedni od znakova koji se smatraju važnima za aktiviranje korištenja periferene rute, smatraju se upravo jezični znakovi. O navedenim faktorima raspoloženja, sposobnosti te motivacije ovisi hoće li biti korišten

centralni ili periferni put. Prema Pettyju i Cacioppu (1986, prema Cargile i Bradac, 2001) postoje barem tri faktora koja utječu na motivaciju, a to su uključenost, potreba za spoznajom i raznolikost argumenata.

Uključenost utječe na način da ispitanici koji su više uključeni u izvore, temu ili ishode procesiranja, vjerojatnije će aktivno kontrolirati te procese. Uključenost je, kao faktor motivacije, često bila ispitivana u istraživanjima te se uglavnom utvrđuje da barem neki tipovi uključenosti utječu na procesiranje informacija. Primjerice, u istraživanju Thomsena, Borgida i Lavinea (1995, prema Cargile i Bradac, 2001) uključenost je manipulirana na način da je jedan dio ispitanika u istraživanju mislio da će nakon ispitivanja stupiti u određenu vrstu interakcije s procjenjivanom osobom. Pokazalo se da je onima koji su bili uvjereni u to trebalo dulje vrijeme za donošenje prosudbi te su koristili kompleksnije strategije u razmišljanju o ciljanoj osobi od ispitanika kojima nije rečeno da će kasnije biti u interakciji s tim osobama.

Jedan faktor koji prema Pettyju i Cacioppu (prema Cargile i Bradac, 2001) utječe na motivaciju je raznolikost ili snaga argumenata. Prema istraživačima, snažni argumenti su oni koji uglavnom izazivaju pozitivnije misli o temi te potiču na slaganje sa zagovaranom pozicijom i općenito pozitivnih evaluacija govornika, dok slabi argumenti potiču na upravo suprotno, odnosno na generiranje protuargumenata te na neslaganje sa zagovaranom pozicijom. Kad je motivacija za procesiranje viša u smislu veće uključenosti ili više potrebe za spoznajom, ljudi se uglavnom fokusiraju na razmatranje argumenata te dolazi do većeg slaganja, odnosno u slučaju procjene, do povoljnije evaluacije osobe u situaciji snažnih argumenata (Gibbons, Bradac, 1991). Unatoč tome što rezultati dosta ovise o temi i publici, postoje konzistentni rezultati koji upućuju na to da, kad se pažljivo procesiraju, snažni argumenti dovode do većeg slaganja s temom ili do veće promjene stava (Johnson- Smith- Mclallen, Killeya- Jones i Levin, 2004; Johnson i Eagley, 1989; Wood i Quinn, 2003).

Treći faktor koji utječe na motivaciju, a koji nije situacijski određen, jest potreba za spoznajom. Potreba za spoznajom odnosi se na individualne preferencije za upuštanje i uživanje u kompleksnom načinu razmišljanja (Sadowski, 1993). Prema istraživanjima, neki ljudi pažljivo promišljaju u velikom broju situacija, dok drugi uglavnom ne ulažu toliki trud u promišljanje. Pretpostavlja se da je kvaliteta informacija bitnija onima koji se nalaze više na potrebi za spoznajom budući da oni generalno više razmišljaju o informacijama sadržanima u poruci od onih koji se nalaze nisko na potrebi za spoznajom. Prvi koji su konstruirali skalu za mjerenje ovog konstrukta bili su Petty i Cacioppo (1982, prema Sadowski, 1993), koji su generirali čestice usmjerene na pronalaženje individualnih razlika u tendenciji organizacije, sažimanja i evaluacije informacija. Čestice su potom bile primjenjene na grupama za koje je

bilo pretpostavljeno da će se razlikovati s obzirom na razinu promišljanja, odnosno na potrebu za spoznajom (npr. za visokoobrazovane se smatra da imaju više razine potrebe za spoznajom, dok se za one koji imaju niže razine formalnog obrazovanja pretpostavljalo suprotno), nakon čega su identificirali 45 čestica koje diskriminiraju između navedenih skupina. Kako bi skalu učinili još praktičnijom za primjenu, ona je bila skraćena prvo na 34 čestice, a potom i na 18. Kako bi testirali rasuđivanje o individualnim razlikama u potrebi za spoznajom Cacioppo, Petty i Morris su 1983. varirali su potrebu za spoznajom i snagu argumenata (snažni vs. slabi) i njihov utjecaj na stavove o podizanju školarine. Rezultati su pokazali da su stavovi osoba koji su bili visoko na potrebi za spoznajom bili pod puno većim utjecajem kvalitete predstavljenih argumenata od onih koji su bili nisko na potrebi za spoznajom. Naravno, ne očekuje se da će ispitanici koji su visoko na potrebi za spoznajom promišljati o baš svakoj poruci, ali nalazi upućuju na to da će oni u prosjeku više bazirati svoje stavove na pažljivom promišljaju argumenata i u većoj mjeri od onih koji su nisko na potrebi za spoznajom. Ovo također ne znači ni da osobe koje su nisko na potrebi za spoznajom nisu sposobne procesirati informacije centralnim putem, već je vjerojatno da to neće napraviti ako ne postoje određeni poticaji za to. Osobe koje su visoko na potrebi za spoznajom uložiti će više kognitivnog napora u procesiranje čak i u situacijama niske osobne relevantnosti, a ako se radi o situaciji visoke osobne relevantnosti, procesiranje informacija odvijati će se na sličan način kod obiju skupina (Petty, Cacioppo, Strathman, Priester, 2004). Osim ova tri faktora motivacije, Cargile i Bradac (2001) u model dodaju i motivacijski faktor ciljeva, koji mogu proizaći iz situacije, promatrača ili njihove interakcije. Primjerice, slušatelji često prihvaćaju različite ciljeve za socijalne interakcije kad su uključeni u političku debatu, za razliku od situacija kad su na obiteljskoj večeri, na zabavi itd. Osobe ciljeve mogu temeljiti i na zahtjevima zadatka ili vlastitom identitetu, bez oslaganja na norme. Uključivanjem ciljeva u model, autori pretpostavljaju da, ako slušatelj žele određen ishod, vjerojatno će se uključiti u kontrolirano procesiranje. Osim faktora motivacije, važnima se smatra i sposobnost kontroliranja obrade koja je produkt dostupnog vremena i kognitivnog kapaciteta. Uz faktore motivacije i sposobnosti, autori uvode novu varijablu za koju smatraju da ima utjecaj i na smjer i na opseg procesiranja informacija. Ta varijabla je raspoloženje. Nalazi vezani uz utjecaj efekata raspoloženja na elaboraciju informacija uglavnom pokazuju da ljudi koji su loše raspoloženi spontano elaboriraju, dok oni koji su dobro raspoloženi to ne rade. Objašnjenje za to jest to da loše raspoloženje služi kao indikator problema, a ljudi obično reagiraju tako da procjenjuju situaciju s ciljem promjene. S druge strane, pozitivno raspoloženje upućuje na to da je sve u redu, a ljudi u tim situacijama koriste heuristike u procesiranju informacija. Uz to, raspoloženje utječe i na smjer procesiranja.

Tako oni koji su loše raspoloženi stvaranju negativnije dojmove o drugima, dok oni dobrog raspoloženja imaju suprotan obrazac. Razlog za takav obrazac je to što pozitivni osjećaji služe kao povratni znakovi za pozitivan materijal u pamćenju. Rezultati istraživanja u kojima se ispitivao utjecaj negativnog raspoloženja nisu toliko konzistenti koliko za utjecaj dobrog raspoloženja. Tako se pokazalo da ono u nekim slučajevima utječe na način da se stvaraju negativne evaluacije, dok ponekad proizvodi prosocijalna i pozitivna ponašanja. Zbog ovih oprečnih nalaza pretpostavlja se da je bitan faktor u odlučivanju toga u kojem će smjeru loše raspoloženje djelovati snaga raspoloženja.

Iako je naglasak u modelu na kognitivnim procesima i značajkama stava, autori naglašavaju da ne treba zanemariti ni potencijalni utjecaj drugih dviju komponenti stava, odnosno afektivne i ponašajne komponente, koje nekad direktno mogu djelovati na stavove na način da se nodalna mreža u potpunosti zaobiđe (Cargile i Bradac, 2001).

1.1.3. Evaluativni instrumenti

U istraživanjima stavova o govornicima, odnosno stavova o pojedinim jezičnim značajkama, naglasak je uvelike stavljen na same nezavisne varijable, odnosno jezične značajke. S druge strane, u većini istraživanja bile su zanemarene zavisne tj. mjere evaluacije govornika. Pregledom raznih istraživanja tako se mogu uočiti variranja u broju čestica, tipu čestica, procedurama koje se koriste za razvoj čestica, izravnosti procjena, sofisticiranosti analiza te broju faktora koji čine evaluaciju. Ono što je većini istraživanja ipak zajedničko jest korištenje semantičkog diferencijala, odnosno bipolarnih čestica koji predstavljaju pojedine aspekte pojedinca (Zahn i Hopper, 1985). Lambert i suradnici (1961) su bili jedni od prvih istraživača koji su, u već spomenutom istraživanju, koristili bipolarne čestice od šest stupnjeva. Korištene čestice su nakon analize grupirane u kategorije osobnog integriteta, kompetentnosti, te socijalne privlačnosti, ali ovakva podjela ipak nije bila empirijski potvrđena. Williams (1972) je u svom istraživanju za generiranje čestica koristio proceduru predloženu od strane Osgooda, Sucia i Tannenbauma. Procedura je uključivala tri koraka, od kojih je prvi bio korištenje pridjeva proizašlih iz intervjua s članovima predmetne populacije, dok su u drugom koraku pridjevi, odnosno čestice, bili grupirani u skale pomoću faktorske analize. U trećem koraku u odnos su bili stavljeni skalirani podatci i komunikacijski ishodi korištenjem multiple regresije. Ovaj rad bio je koncentriran na kontekst nastavničkih stavova prema govoru djece (učenika) te je faktorska analiza otkrila postojanje dvije dimenzije prema kojima nastavnici procjenjuju

učenike. Prvi faktor povjerenje-težnja bio je povezan s povučenošću u razgovoru, oklijevanjem te tendencijom održavanja razgovora. Druga dimenzija nazvana etnicitet-nestandardnost odnosila se je na procjene djetetove rase i frekvenciju nestandardnih i dijalektalnih značajki. Kako autori navode, upravo ove dimenzije mogu biti korištene u svrhu predikcije akademskog očekivanja djece, barem u nekoj mjeri. Godinu nakon, Williams i Hopper (1973) u istraživanju utjecaja standardnog engleskog naglaska i varijanti nestandardnog koristili su ponešto drukčije čestice, a izlučeni faktori u ovom istraživanju bili su: kompetentnost, dopadljivost, samopouzdanje te sličnost sa zapadnjačkom kulturom.

Hopper (1977) je kasnije u svom istraživanju koristio trenirane osobe koje su čitale sadržaj na dva dijalekta, varirajući uz to i rasu ispitanika. Osobe koje su slušale navedene snimke bili su intervjueri zaduženi za zapošljavanje te su imale zadatak procjenjivanja govornika na nizu pridjeva. U ovom istraživanju korišteni su ponešto drukčiji pridjevi, a izlučeni faktori bili su kompetentnost (iskusan, ambiciozan, organiziran, inteligentan i kvalificiran) te dimenzija dopadljivosti, koja je uključivala čestice kooperativan, topao i prijatan. U svom istraživanju reakcija adolescenata na standardni engleski i meksičko- američki engleski, Ryan (1975; prema Zahn i Hopper, 1985) je koristila skale fokusirane na solidarnost (prijateljski nastrojen, dobar, ljubazan) te status (obrazovan, bogat, uspješan, inteligentan). Osim ova dva faktora istraživači su pronašli i faktor aktivnosti koji je bio predstavljen česticama povezanima s energijom, aktivnošću, agresivnošću i „atleticizmom“. Ova istraživanja bila su fokusirana uglavnom na različite dijalekte i jezike, dok su se neki istraživači, poput Bradaca i suradnika (1976) fokusirali na leksičke varijacije evaluacije govornika. Konkretnije, u istraživanju iz 1976. Bradac i suradnici ispitivali su utjecaj percipiranog statusa i lingvističke raznolikosti na prosudbe govornika i efektivnost poruke. U ovom slučaju faktori su bili kompetentnost, pouzdanost te dinamičnost. Kao što je vidljivo iz ovih istraživanja, postoje određene sličnosti u dimenzijama evaluacije. Primjerice, dimenzije nazvane kompetentnost, status, karakter, solidarnost i dinamičnost javljaju se u većini istraživanja. Pri tome dimenzije poput kompetentnosti uglavnom su predstavljene česticama inteligentan, ambiciozan, organiziran, iskusan. Dimenzije statusa uključuju čestite poput pismen, bogat, fizički radnik itd. Dimenzije nazvane karakter, dobronamjernost i pouzdanost uglavnom obuhvaćaju čestice iskren, suosjećajan, ljubazan, pouzdan i ugodan. Osim toga, ove dimenzija dijele poneke čestice i s onima koje su označene kao atraktivnost, socijalna atraktivnost, solidarnost, prijatnost, dopadljivost i estetska kvaliteta. Posljednja dimenzija dinamičnosti uglavnom je predstavljena česticama agresivan, aktivan, snažan te samopouzdan (Zahn i Hopper, 1985).

Unatoč sličnostima u dimenzijama evaluacije, ipak rijetko koji instrumenti konzistentno polučuju iste faktore u različitim istraživanjima. Hopper i Zahn (1985) u svom su istraživanju nastojali su obuhvatiti velik broj pridjeva, odnosno čestica korištenih u dotadašnjim istraživanjima, kako bi konstruirali opsežan instrument za evaluaciju govornika. U tom istraživanju sudjelovalo je gotovo šesto studenata sa dva različita fakulteta, a varirani su bili naglasak govornika, spol i kontekst, odnosno svrha intervjuiranja. U analizu je, od početnih 156, ušlo 56 različitih pridjeva korištenih u dotadašnjim istraživanjima, a faktorska analiza pokazala je postojanje tri faktora. Prvi faktor, superiornost, zapravo je kombinacija intelektualnog statusa i kompetencija (pismen-nepismen, obrazovan-neobrazovan, inteligentan-neinteligentan) čestice socijalnog statusa (niži/viši status, fizički/nefizički radnik, bogat-siromašan) te govorničke sposobnosti (jasan-nejasan, organiziran-neorganiziran, potpun-nepotpun, iskusan-neiskusan, fluentan-nefluentan). Prema autorima, ovaj faktor mogao bi predstavljati sociointelektualni status. Drugi faktor, faktor atraktivnosti, sadrži elemente socijalne atraktivnosti, solidarnosti, pouzdanosti, karaktera, dobronamjernosti i estetskih kvaliteta (ljubazan- neljubazan, prijateljski raspoložen- hostilan, topao- hladan, ugodan-neugodan, dobar- zao, iskren- neiskren). Treći faktor, dinamičnost, uključuje već navedene faktore povjerenja- težnje i faktora dinamičnosti, a čestice predstavljaju govornikovu socijalnu moć, razinu aktivnosti te samoprezentacijske aspekte govora (uključuje čestice: aktivan-pasivan, pričljiv-sramežljiv, agresivan-neagresivan, entuzijastičan-neentuzijastičan, snažan-slab, samopouzdan-nesiguran, energičan-lijen).

Pokazalo se da je ovaj instrument, unatoč ponekim nedosljednostima, osjetljiv na razlike u kontekstu i ciljevima procjenjivača. Osim toga, tri faktora koja su proizašla iz ovog istraživanja i čestice koje ih čine, uglavnom su se koristile kao sredstva evaluacije i u mnogim istraživanjima koja su slijedila.

1.2. Moć govornog stila

Iako su ranija istraživanja koja su se bavila ispitivanjem evaluacije govornika variranjem raznih jezičnih značajki uglavnom bazirala na makro elemente jezika, odnosno na sam jezik (npr. engleski, njemački, francuski itd.), ili dijalekte unutar jednog jezika, kasnije je

došlo do prijelaza na mikro ili molekularnu razinu. U sklopu istraživanja mikro razine jezika, varijabla koja je dobila nešto pozornosti bila je i moć govornog stila (Cargile, 2001).

Prije same definicije moći stila govora valjalo bi definirati i sam koncept moći. Moć je dobro poznat koncept koji ljudi koriste svakodnevno, a čije značenje dolazi gotovo intuitivno, iako rijetki uspijevaju dati sveobuhvatnu i razumljivu definiciju. Moć se tako često definira kao sposobnost pojedinca ili grupe da utječu na druge, odnosno da osiguraju njihovu poslušnost i slaganje s njima (Kambuzyja i Momeni, 2009). Moć je kao socijalni fenomen povezana i s jezikom. Sam koncept „moći u jeziku" može se definirati postojanjem lingvističkih znakova ili njihovim odsustvom, koji kasnije dovodi do veće fluentnosti i efektivnosti govora. Ona je tako definirana utjecajem i efektom koji ima na publiku (Kambuzyja i Momeni, 2009).

Početci spominjanja moći u jeziku vežu se uz rad iz 1973. koji je predstavila Robin Lakoff, a koji se veže uz moć govornog stila. Njezini radovi vežu se zapravo uz feminističko bavljenje jezikom. Prema njoj, između jezika i govornika postoji reverzibilan odnos. Odnosno, govornici rabe jezik, ali rabi i on njih. Upravo iz tog razloga, jezik može služiti kao sredstvo potvrđivanja te održavanaj društvenih nejednakosti, a osim toga može služiti i kao sredstvo ugnjetavanja drugih. Lakoffin fokus bio je na načinu na koji se jezikom proizvodi društvena nejednakost između muškaraca i žena. Prema njoj, žene se diskriminiraju na način da ih se podučava kako smiju rabiti jezik (dio općeg podučavanja kako biti ženom) te ih se obespravljuje načinom na koji se tretiraju u jeziku. Dakle, žene i muškarci se razlikuju u načinu na koji govore, a taj način istodobno odražava i proizvodi njihov položaj u društvu. Razlike koje je Lakoff uočila u govoru vežu se uz češće korištenje modalnih izraza i intezifikatora (stvarno, jako, užasno, zaista) te gramatičkim i jezičnim „ublaživačima" (mislim, čini mi se, rekla bih), što, prema njoj, jezik čini nesigurnim, nemoćnim i trivijalnim. Na sintaktičkoj razini, Lakoff kao primjer spolnih razlika navodi i korištenje dopunskih pitanja ili upitnih fraza (engl. *tag questions; Trebalo bi završiti taj posao, zar ne? Sviđa ti se dar, jel' da?*), a kako se smatra, njihova funkcija je izražavanje ljubaznosti ili pristojnosti, bar na neki način. Osim ovih, spominje se i češće korištenje neizravnih zahtjeva od strane žena (*Jao, doista san žedna!, Baš bih željela pojesti juhu!*), uglađene i pristojne formule za ublažavanje molbe (*ako ti nije teško, budete li imali vremena, kad god ti bude odgovaralo*) te određena vrsta oklijevanja pri izricanju neke tvrdnje (*otprilike, čini se da, izgleda da itd.)* (Pišković, 2016).

Mišljenje da „jezik žena" opisuje kako žene koriste jezik i kako je on korišten kad se priča o njima, stavljaju žene u poziciju nemoći. Ova pozicija bila je prihvaćena od strane velikog broja feministkinja i sociolingvista, međutim brojna istraživanja napravljena s ciljem potvrde Lakoffine teorije, nisu urodila plodom, bar ne onim očekivanim. Konkretnije, brojna

istraživanja potvrdila su da spolne varijacije u jeziku i nisu tako jasno definirane te da brojni okolinski fakori (lokalni i globalni), ali i socijalni (dob, socioekonomski status) također igraju ulogu u načinu na koji žene koriste jezik (Dennison, 2005). Njen rad najviše je bio kritiziran zbog činjenice da su uočene razlike proizašle samo iz promatranja njenog vlastitog govora i žena u njenoj okolini, a ne sistematskim ispitivanjem. Osim toga, kao česta zamjerka navodi se i to da su Lakoffine procjene inferiornosti govora žena bile bazirane na korištenju govora muškaraca kao standarda, što nipošto nije opravdano. Također se navodi i mogućnost da učestalije korištenje navedenih lingvističkih značajki od strane žena zapravo odražava želju da održavaju komunikaciju otvorenom te da uključe druge, a ne da odražava nemoć (Wood, 1994).

Empirijska istraživanja moći stila govora počela su radom američkog antropologa O' Barra i suradnika. Nakon pregleda 150 sati dijaloga u sudnicama, gdje su u središtu interesa bila svjedočenja eksperata i laika, istraživači su došli do zaključka da komponente jezika koje je Lakoff pripisivala govoru žena zapravo neopravdano nose taj naziv. Naime, ovim istraživanjem je utvrđeno da te komponente nisu dio specifičnog govora nijednog spola. Točnije, autori su zaključili da bi učestalije korištenje ovih jezičnih značajki bilo točnije pripisati osobama nižeg socijalnog statusa. Oni koji su imali nižu moć u sudnici (optuženici, laički svjedoci) koristili su relativno velik broj jezičnih komponenti, uključujući već navedena oklijevanja, ublaživače, popunjene pauze (mmm... uuh..), intenzifikatore te ljubazne forme i deiktičke fraze. S druge strane, oni koji su bili visoko na poziciji moći (suci, odvjetnici) koristili su relativno malo ovih jezičnih značajki (King, 2013).

1.2.1. Moć govornog stila i evaluacija govornika

Iako se nalazi O' Barr- ovog rada (1982) ne slažu s Lakoffinim navođenjima da postoji takozvani jezik žena, postoji potvrda da navedene komponente, koje tvore takozvani nemoćan stil govora dovode do nižih procjena govornikove pouzdanosti i kredibiliteta. S druge strane, jezik koji ne sadrži te komponente, takozvani moćan jezik, dovodi do povoljnijih procjena na tim istim varijablama te se opisuje kao fluentan, sažet i direktan (King, 2013). Nakon O' Barrovog istraživanja mnogi istraživači išli su u istom smjeru s istraživanjem varijable moći stila govora, a rezultati su najčešće bili u skladu s njegovim nalazima. Istraživanja su rađena u cijelom nizu različitih konteksta, uključujući sudnice, škole, poslovne organizacije itd.

Primjerice, Erickson i suradnici (1978) su, korištenjem originalnog transkripta (iz O' Barrovog istraživanja) svjedočenja ženske osobe koja je koristila nemoćan stil govora, napravili i audio verziju u kojoj su koristili muške i ženske glumce, koji su čitali sadržaj transkripta iz sudnice te moćne verzije istog (verzija bez ublaživača, oklijevanja, popunjenih pauza, intenzifikatora, ljubaznih formi, deiktičkih fraza i pitanja na kraju rečenice). Osim audio verzije, u istraživanju je korištena i pisana verzija. Nakon izlaganja materijalu, ispitanici su morali procijeniti govornike na nizu semantičkih skala koje su mjerile atraktivnost, kredibilitet i maskulinost-femininost. Nalazi su pokazali da su govornici koji su koristili moćan stil govora bili procijenjeni atraktivnijima i kredibilnijima od onih koji su koristili nemoćan stil govora. Također, procjene maskuliniteta kovarirale su sa spolom svjedoka, ali ne i sa stilom govora, što je kontradiktorno s Lakoffinim tvrdnjama. Osim toga, bitno je napomenuti i da je isti obrazac rezultata dobiven korištenjem audio verzija i pisanih verzija svjedočenja. Većina istraživanja koja su uslijedila nakon ovog, a koja su ispitivala utjecaj moći govornog stila na stvaranje dojma o govorniku, koristila su sličnu metodologiju kakvu su koristili i Erickson i suradnici (1978); prvo se napravi poruka koja se kasnije transformira u dvije ili više verzija, ovisno o izboru riječi i paralingvističkih znakova (primjerice, oklijevanja, pitanja, popunjene pauze itd.). Svaka verzija se potom snima koristeći već spomenutu *matched guise tehniku* ili se pak ostavi pisana verzija poruka. Nakon toga procjenjivači slušaju ili čitaju poruku te procjenjuju govornike na nizu karakteristika, uglavnom na dimenzijama koje su proizašle iz rada Zahna i Hopper- a (1985) i Bradaca i sur. (1981). (dinamičnost, socijalna atraktivnost, kompetentnost itd.).

Kao što je već navedeno, varijabla moći stila govora korištena je u mnogim eksperimentima, varirajući okolinu u kojoj se koristi. Primjerice, mnoga istraživanja bavila su se utjecajem moći govornog stila u organizacijskom kontekstu. Jedan od prvih takvih istraživanja bio je proveden od strane Wileyja i Eskliksona (1985). U ovom istraživanju ispitivan je utjecaj oklijevanja, popunjenih pauza i intezifikatora te pitanja na kraju rečenice (engl. *tag questions*), kao formi nemoćnog stila govora te spol osobe intervjuirane za posao. Po svim ostalim značajkama (dob, prošlo zaposlenje, razina obrazovanja, ambicije itd.) tekst je bio isti. Zadatak ispitanika bilo je procjenjivanje očekivanja uspjeha intervjuirane osobe te njezino prihvaćanje na menadžersku poziciju, kao i procjena na nizu skala semantičkog tipa. Rezultati su pokazali efekt moći govornog stila u očekivanom smjeru; ispitanici koji su imali moćan stil govora bili su povoljnije procijenjeni na navedenim varijablama. Varijabla spola imala je efekt na dopadljivost i procjene atribucija osobina vezanih uz spol. Zanimljivo je bilo također i da je postojao efekt spola procjenjivača na govorni stil, s tim da su žene bile osjetljivije na razlike u stilu. Istraživanje Partona, Siltanena, Hosmana i Langenderfera (2002) također se bavilo

ispitivanjem moći govornog stila u organizacijskom kontekstu, iako se njihovo istraživanje ponešto razlikovalo od prethodno navedenog. Prva razlika je bila korištenje samo dviju komponenti moći govornog stila (popunjene pauze i oklijevanja), a druga je bila korištenje profesionalnih intervjuera s iskustvom u zapošljavanju, uz redovno korištene studente. I u spomenutom slučaju rezultati su pokazali dosljednost efekta moći govornog stila. Tako su intervjuirane osobe koje su koristile nemoćan stil govora bile procijenjene značajno niže na mjerama dinamičnosti, socijalne privlačnosti, sposobnosti i zapošljivosti. Osim toga, postojala je i razlika u procjenama između studenata i profesionalnih intervjuera gdje su studenti sveukupno davali više procjene na evaluativnim skalama te su manje razlikovali dva navedena stila, za razliku od profesionalaca, koji su imali više procjene za moćan stil govora.

Osim u organizacijskom kontekstu, neki istraživači bavili su se i istraživanjem ove varijable u edukacijskom okruženju. Primjerice, Haleta (1996) je istraživao efekte jezika nastavnika (moćan vs. nemoćan stil govora) na inicijalne dojmove studenata te neizvjesnost (usvajanje informacija tijekom inicijalnog upoznavanja koje su korisne za predviđanje budućih interakcija). Rezultati su pokazali da su profesori koji su koristili moćan stil govora bili procijenjeni značajno povoljnije na dimenzijama dinamičnosti, statusa i kredibiliteta od onih koji su koristili nemoćan stil govora. Značajne razlike pronađene su i u varijabli neizvjesnosti u smjeru viših razina neizvjesnosti u slučaju korištenja formi nemoćnog stila govora od strane profesora. Ovim istraživanjem pokazano je da pri formiranju inicijalnih dojmova o profesorima, studenti koriste i jezik, što značajno može doprinijeti interakcijama u razredu.

Kao što je vidljivo iz prethodno navedenih istraživanja, u njima je moć govornog stila ispitivana kao varijabla koja se sastoji od više komponenti, odnosno u većini slučajeva te komponente bile su ublaživači, popunjene pauze i pitanja na kraju rečenice. Međutim, nisu sva istraživanja provođena na ovaj način. Određen broj istraživača ispitivao je i utjecaj pojedinih komponenti na evaluaciju govornika, a ne cijelog skupa komponenti, kao prethodno navedena istraživanja. Jedno od prvih takvih istraživanja bilo je i istraživanje od Bradaca i Mulaca (1984), koji su proveli dvije zasebne studije kako bi se pozabavili ispitivanjem ovog problema. U prvoj studiji ispitanici su imali zadatak čitanja niza segmenata poruke, a u svakom je korištena jedna komponenta nemoćnog stila govora (popunjene pauze, oklijevanja, pitanje na kraju rečenice, intenzifikatori, pristojne forme i deiktičke fraze) te moćna forma. Njihov zadatak bio je procjenjivanje efikasnosti svakog segmenta te moći govornika. U drugoj studiji korišten je isti princip, ali je variran dojam koji intervjuirane osobe žele postići, odnosno žele li se prikazati socijabilnima ili autoritativnima. Generalni rezultati su pokazali niže procjene moći, efektivnosti i postizanja namjere kad su korištena pitanja na kraju rečenice te oklijevanje.

S druge strane, tipovi poruke u kojoj su korišteni pristojni izrazi te moćna forma poruke (standardni govor) imali su suprotan efekt od gore navedenih formi. Osim toga, intenzifikatori su također procijenjeni kao relativno visoki na svim dimenzijama. Osim ovog istraživanja, važno je spomenuti i istraživanje iz 1989. koje je proveo Hosman. U ovom slučaju nastojao se ispitati pojedinačni utjecaj intenzifikatora, oklijevanja i zastajkivanja, kao i njihova kombinacija na percepcije autoritativnosti, socijabilnosti, karaktera i sličnosti (između procjenjivača, odnosno slušatelja i govornika). Također je i Hosman proveo dvije studije, a razlika između njih bila je uključivanje statusa govornika kao nezavisne varijable u drugoj. Rezultati su pokazali da su samo oklijevanje i zastajkivanje imali konzistentan efekt u obje studije, u smjeru nižih procjena na navedenim zavisnim varijablama. Tako je korištenje popunjenih pauza dovelo do nižih evaluacija autoritativnosti, a oklijevanje do nižih evaluacija na autoritativnosti i socijabilnosti. Osim toga, nastojalo se ispitati i razlikuju li se ove poruke od prototipno nemoćne poruke (ona koja sadrži pristojne forme, intenzifikatore, ublaživače, pauze i pitanja), a rezultati su pokazali da se samo poruke koje su imale niske razine intenzifikatora, popunjenih pauza i ublaživača, te one u kojima su postojale visoke razine intenzifikatora, a niske razine ostalih dviju komponenti razlikuju značajno od prototipno nemoćne poruke. Razlike su išle u smjeru nižih evaluativnih procjena za prototipnu poruku.

1.2.2. Moć govornog stila i atribucije kontrole

Iako su se rana istraživanja utjecaja moći govornog stila na dojmove o govorniku, uglavnom bavila ispitivanjem kako stil utječe na autoritativnost, socijabilnost, pouzdanost, dinamičnost itd., neki od istraživača su zaključili da bi i varijabla kontrole mogla biti ona koja razlikuje moćne od nemoćnih govornika. Budući da je dio moći i kontrola, oni koji imaju moć uglavnom se percipiraju i kao da imaju kontrolu. U ovom smislu možemo razlikovati dva tipa kontrole: kontrolu nad drugima i samokontrolu. Komunikatorova sposobnost da se ponaša situacijski prikladno te da upravlja vlastitim ponašanjem odnosi se na samokontrolu. S druge strane, kontrola nad drugima se definira kao viđenje osobe kao vođe. Međutim, dok se samokontrola uglavnom percipira pozitivno, kontrola nad drugima može biti viđena pozitivno (npr. on/ona je utjecajan, autoritativan, rođeni vođa itd.), ali i negativno (npr. ona je autoritarna, prinudna itd.) (Bradac i Street, 1989/1990).

Prvo istraživanje koje je uvelo varijable samokontrole i kontrole nad drugima bilo je ono od Gibbonsa, Buscha i Bradaca (1991) u kojem se ispitivao utjecaj snage argumenata (slabi

vs. snažni) i govornog stila te osobne relevantnosti na procjene statusa, kompetencija i kontrole, socijabilnosti i persuazije. U istraživanju su se polučila tri faktora: faktor persuazije, socijabilnosti i kompetencije/kontrola, od kojih je posljednji objašnjavao najviše varijance te je uključivao čestice kompetentnosti, statusa i kontrole. Takav nalaz doveo je do zaključka o povezanosti komunikatorove kontrole s dimenzijama statusa i kompetentnosti, ali ne i sa dimenzijom socijabilnosti. Nakon njih isto su testirali i Hosman i Siltanen (1994), ovog puta testirajući utjecaj individualnih komponenti (intenzifikatora ili pojačivača, pitanja, pauza i oklijevanja). Analiza je u ovom slučaju utvrdila postojanje 4 faktora: samokontrola, kontrola nad drugima, socijabilnost i autoritativnost. Intenzifikatori su, kao i moćan oblik poruke, utjecali na više prosudbe kontrole, samokontrole i autoritativnosti, dok su pitanja, popunjene pauze i oklijevanja doveli do nižih prosudbi na navedenim faktorima. Kako je navedeno u prethodnom odjeljku, autori su nastojali ispitati i interakcijsko djelovanje komponenti te se pokazalo da su poruke s pauzama dovele do nižih procjene kontrole u usporedbi s porukama koje ih nisu sadržavale. Oklijevanje je, kao komponenta, imalo isti obrazac djelovanja na kontrolu. Kako autori objašnjavaju, objašnjenje kovariranja samokontrole i kontrole nad drugima može biti postojanje sveobuhvatnog konstrukta kontrole. Nadalje, oni objašnjavaju da je dodatan način objašnjavanja efekata nemoćne poruke nesigurnost. Konkretnije, dok pojačivači mogu upućivati na sigurnost u vezi poruke, oklijevanja, pitanja i popunjene pauze mogu djelovati na suprotan način. Osim u ovom, utjecaj nemoćnog stila na atribucije kontrole pokazan je i u istraživanju Hosmana i Siltanen iz 2002. korištenjem analize traga gdje se pokazalo kontrola nad drugima bolje reflektira efekte moći govornog stila od samokontrole. Osim toga, i istraživanje iz 2006. istih autora također se bavilo ispitivanjem utjecaja intenzifikatora i oklijevanja pojedinačno i u kombinaciji. I u ovom slučaju ispitanici su morali procijeniti samokontrolu i kontrolu drugih kod pojedinih govornika. Rezultati su pokazali da su ispitanici koji su koristili intenzifikatore bili procijenjeni najviše na navedenim mjerama kontrole, dok su oni koji su koristili oklijevanje bili procijenjeni najniže. Ovo je bilo još jedno istraživanje koje je osporilo kategoriziranje intenzifikatora kao nemoćnih komponenti govora.

1.2.3. Moć govornog stila i persuazija

Iako se relativno velik broj istraživanja bavio utjecajem moći govornog stila na evaluacije govornika na nizu dimenzija i u različitim kontekstima, puno manje pozornosti je obraćeno na utjecaj ove varijable na persuaziju, odnosno na procesiranje informacija i daljnje procesiranje poruke. Pretpostavljalo se da, uzimajući model vjerojatnosti elaboracije kao

teoretsku podlogu, moć govornog stila djeluje kao periferni znak, odnosno heuristik za donošenje prosudbi, u situacijama kad motivacija za procesiranje nije visoka. Istraživači (primjerice Gibbons i sur. 1991) pretpostavljali su da poruka prenesena moćnim stilom može djelovati na način da uspostavi kredibilitet govornika te da kao takva služi kao heuristik za donošenje prosudbi o zagovaranoj poziciji. Nemoćan stil, s druge strane, može interferirati s ili prebaciti fokus s procesiranja poruke, ponajviše zbog „šuma" proizvedenog oklijevanjem, pitanjima, pauzama itd. Osim toga, postoji mogućnost i da stil funkcionira samostalno, kao komentar u vezi teme, odnosno da funkcionira slično argumentu.

Prvo istraživanje koje se bavilo ispitivanjem moći govornog stila na persuaziju, odnosno stav prema temi govora, bilo je već spomenuto istraživanje od Gibbonsa, Buscha i Bradaca iz 1991. Istraživači su u svom eksperimentu osim moći govornog stila, varirali i snagu argumenata (slabi i snažni) te relevantnost teme (uvođenje obaveznih sveobuhvatnih ispita). Rezultati su pokazali da moć govornog stila nije imala utjecaj na persuaziju, odnosno na stav prema zagovaranoj temi, dok je snaga argumenata djelovala na način da snažniji argumenti povoljnije djeluju na prihvaćanje zagovaranog stava. Istraživanja koja su uslijedila nakon ovoga polučila su nešto drugačije rezultate. Primjerice Sparks (1998) ispitivao je utjecaj moći govornog stila (moćan vs. nemoćan), snage argumenata (slabi vs. snažni) te modaliteta (pisani vs. audio materijali) na evaluaciju govornika i persuaziju. U ovom slučaju pokazalo se da moć govornog stila nema utjecaj na persuaziju kad je korišten pisani podražaj. Kad su korišteni auditivni podražaji, moć govornog stila ipak je imala utjecaj na stav prema prijedlogu koji govornik zagovara. Odnosno, govornici koji su koristili moćan stil govora bili su procijenjeni kredibilnijima i moćnijima od onih koji nisu koristili moćan stil govora. U slučaju utjecaja moći govornog stila na evaluaciju govornika, modalitet nije imao nikakav utjecaj. Što se tiče snage argumenta, pokazalo se da je i ona imala utjecaj na persuaziju, ali i na percepciju govornikova kredibiliteta i moći u smjeru viših rezultata za snažnije argumente.

Istraživanje koje su 1999. proveli Holtgraves i Lasky također se bavilo ispitivanjem moći govornog stila i persuazije. U ovom slučaju varirana je, dakle, moć govornog stila, spol govornika te distrakcija (polovica ispitanika morala je za vrijeme slušanja poruke izvoditi zadatak praćenja znaka X na ekranu, nakon čega je slijedila evaluacija govornika te zagovaranih prijedloga koje govornik zastupa. I u ovom slučaju moć govornog stila imala je efekt na persuaziju i evaluaciju govornika u očekivanom smjeru. Osim toga, pokazalo se da je efekt moći govornog stila postojao bez obzira na ostale nezavisne varijable tj. spol i distrakciju. Dodatan nalaz u ovom istraživanju bio je i medijacijski utjecaj percepcija poruke i govornika na u odnosu moći govornog stila i persuazije. Istraživanje od Hosmana, Huebnera i Siltanen iz

2002. u kojem su varirani već spominjana potreba za spoznajom, snaga argumenata i moć govornog stila pokazalo je da postoje mali efekti govornog stila na perasuaziju te snažniji efekti argumenata. Što se tiče efekata moći govornog stila na evaluaciju govornika (kontrola sebe i drugih te autoritativnost i socijabilnost), rezultati opet potvrđuju djelovanje moćnog stila na povoljnije evaluacije.

I u slučaju ispitivanja utjecaja moći govornog stila na persuaziju, istraživači se nisu ograničili samo na molarni pristup, već su ispitivali i utjecaj pojedinačnih elemenata nemoćnog stila. Primjerice, Holtgraves i Lasky (2005) su proveli dvije studije kako bi se pozabavili ispitivanjem utjecaja različitih komponenti nemoćnog stila. U prvoj su varirali utjecaj lingvističkih markera (oklijevanja vs. popunjene pauze vs. nijedan) te relevantnost (visoka ili niska), dok su u drugoj dodali snagu argumenata (slabi i snažni) te još jednu komponentu nemoćnog stila govora. U oba istraživanja se pokazalo da popunjene pauze i oklijevanja dovode do nižih slaganja sa zagovaranim prijedlogom te evaluacije govornika. U drugom eksperimentu pokazalo se da je utjecaj inače persuazivnih snažnih argumenata nestao kad je poruka sadržavala komponente nemoćnog stila. Također je važno napomenuti i da, iako je efekt nemoćnih komponenti bio generalno negativan, ipak nije bio toliko snažan kad su ispitanici bili motivirani procesirati poruku. U drugom eksperimentu pokazalo se i da su pitanja (*engl. tag questions*) rezultirala povoljnijim procjenama u situaciji niske relevantnosti.

Nešto noviji radovi fokusirali su se na komponentu oklijevanja. Primjerice istraživanje Durika (2008) i suradnika pokazalo je da oni ne moraju nužno biti nemoćni, već da to uvelike ovisi o njihovoj poziciji i tipu. Prema njima, postoje dva tipa, a to su akademska i kolokvijalna oklijevanja. Akademski se uglavnom mogu pronaći u akademskim istraživanjima i uključuju pridjeve, priloge, modalne glagole. Kolokvijalna, s druge strane, nisu tipični za akademska istraživanja te uključuju izraze *'nekako', 'otprilike',* itd. Što se tiče pozicije oklijevanja, također se navodi da postoje dvije vrste: oni koji se javljaju uz podatke i oni koji se javljaju uz interpretaciju. Oklijevanja koja se javljaju uz tvrdnju podataka potkopavaju ih. S druge strane, oni koji se javljaju uz interpretaciju ne dovode do istog jer nije neuobičajeno da se događaju oklijevanja za vrijeme interpretacije mišljenja o nekoj izjavi.

Generalno, istraživanja pokazuju da postojanje pauza u govoru negativno utječe na persuazivnost poruke, dok primjerice upotreba pitanja na kraju rečenice djelomično ovisi o osobnoj važnosti poruke. Persuazivni utjecaj ublaživača, kao što je gore navedeno ovisi o njihovom tipu i poziciji (Hosman, 2015).

2. POLAZIŠTE, CILJ I PROBLEMI ISTRAŽIVANJA

Određene jezične komponente koje osobe koriste pri komuniciranju s drugima mogu uvelike utjecati na dojam koji ostavljaju kod onih kojima prenose poruke. Osim na dojam o ispitaniku tj. na stvaranje dojma o njegovim karakteristikama, poput kontrole, autoritativnosti, socijabilnosti itd., određene jezične karakteristike mogu utjecati i na percipiranu vjerodostojnost osobe, te posljedično na persuazivnost same poruke. Jedna od varijabli za koju se u stranim istraživanjima pokazalo da ima efekt na stvaranje dojma i persuazivnost poruke koja se prenosi, jest moć govornog stila, koja je definirana prisutnošću određenih jezičnih karakteristika, poput ublaživača, popunjenih pauza, pitanja na kraju rečenice, intenzifikatora itd. Budući da ova varijabla, koliko je poznato, dosad nije bila ispitivana na hrvatskom uzorku, smatralo se zanimljivim ispitati njen utjecaj na stvaranje dojma o govorniku, kao i na persuazivnost.

U istraživanjima utjecaja određenih jezičnih komponenti na navedene varijable, važnim se smatraju i druge varijable, koje bi svakako trebalo uzeti u obzir. Kao jedne od važnijih navode se raznolikost ili snaga argumenata te varijabla potrebe za spoznajom, ili motivacija ispitanika da se upusti u razmišljanje o nekim temama. Budući da persuazivnost i potreba za spoznajom nisu varijable koje su često korištene u kontekstu istraživanja utjecaja moći govornog stila, svakako se smatralo važnim uključiti ih i u ovo istraživanje. Stoga je cilj ovog istraživanja bio ispitati utjecaj moći govornog stila, snage argumenata i potrebe za spoznajom na evaluaciju govornika, atribucije kontrole i slaganje s prijedlogom poruke, odnosno na persuaziju.

2.1 PROBLEMI

1. Ispitati međusobne povezanosti između samokontrole, kontrole nad drugima, evaluacije i persuazije.

2. Ispitati postoji li interakcijski efekt moći govornog stila, snage argumenata i potrebe za spoznajom na procjene samokontrole, kontrole nad drugima, na evaluaciju govornika te na procjenu prijedloga koji se zagovara u tekstu (persuaziju).

2.2 HIPOTEZE

1. Pretpostavka je da će atribucije govornikove samokontrole te kontrole nad drugima biti povezane s njihovim evaluacijama. Budući da se za komunikatore za koje se percipira da imaju više razine samokontrole i kontrole nad drugima, uglavnom pretpostavljaju i više razine autoritativnosti i socijabilnosti (koje čine čestice na evaluativnoj skali), i obrnuto, isto se pretpostavlja i u ovom istraživanju. Ovakvi rezultati potvrđeni su u nizu istraživanja koja su se bavila ispitivanjem ovih varijabli (Gibbons, Busch i Bradac, 1991; Hosman i Siltanen, 1994; Hosman i Siltanen, 2002, Hosman i Siltanen, 2006; Hosman i Siltanen, 2011)

Osim toga, pretpostavlja se i povezanost rezultata na evaluaciji i na kontroli s mjerama persuazije. Pretpostavlja se da, bilo koja varijabla koja djeluje na stvaranje dojma o govorniku na način na koji moć govornog stila djeluje, može djelovati i na persuaziju. Pretpostavlja se da bi to djelovanje na persuaziju moglo ići kroz stvaranje dojma o kredibilitetu govornika te bi kao takva mogla služiti kao heuristik za donošenje brzih prosudbi o poziciji koja se zagovara u poruci (Gibbons, Busch i Bradac, 1991).

2. Pretpostavlja se interakcijski utjecaj moći govornog stila, snage argumenata i potrebe za spoznajom na persuaziju. Objašnjenje za to leži u već spomenutom modelu vjerojatnosti elaboracije (engl. elaboration likelihood model), koji je jedini dosad iskorišten kao teoretska osnova za postavljenje hipoteza o djelovanju moći govornog stila na persuaziju. Kako je već navedeno, ELM pretpostavlja postojanje dviju ruta persuazije, a to su centralna i periferna. Centralna uključuje visoke razine kognitivnog procesiranja te se bazira na detaljnijem razmatranju sadržaja, odnosno argumenata. Periferna se, s druge strane, oslanja na znakove nevezane uz same argumente (kredibilitet, sviđanje, broj argumenata, jezične

komponente itd.) te zahtijeva niže razine. Prema ELM-u, u slučajevima visoke razine motivacije za procesiranjem (visoka osobna uključenost, visoka potreba za spoznajom, visoke razine znanja itd.), pretpostavlja se pažljivo razmatranje argumenata gdje bi snažni argumenti trebali dovesti do većeg slaganja sa zagovaranom pozicijom, a slabi s većim razinama neslaganja. U slučajevima niske motivacije, pretpostavlja se da će se prednost dati utjecaju perifernih znakova u utjecaju na persuaziju, dok različiti argumenti ne bi trebali biti relevantni u stvaranju stava. Prema autorima koji su se bavili istraživanjem utjecaja moći govornog stila na persuaziju, stil može djelovati kao periferni znak. To se čini kredibilnim kad se uzme u obzir snažna veza između moći govornog stila i stvaranja dojma. To je dovelo do idućih hipoteza:

2.a) Kad je potreba za spoznajom niska (niska motivacija za procesiranjem), moćan jezični stil biti će persuazivniji od nemoćnog, a slabi i snažni argumenti neće se razlikovati u svom djelovanju na persuaziju.

U slučaju visoke potrebe za spoznajom, moć govornog stila ne bi trebala imati utjecaj na persuaziju, a snažni i slabi argumenti bi se trebali razlikovati u svojim efektima, u smjeru veće persuazivnosti snažnih argumenata.

2.b) Kad je potreba za spoznajom niska, moćan jezični stil dovesti će do veće atribucije kontrole nad drugima, a snažni i slabi argumenti neće imati efekt.

Kad je potreba za spoznajom visoka, moćan govorni stil neće imati utjecaj na prosudbe govornikove kontrole nad drugima, dok će snažni argumenti djelovati u smjeru viših procjena kontrole od slabih.

2.c) Kad je potreba za spoznajom niska, moćan jezični stil dovesti će do veće atribucije samokontrole, a snažni i slabi argumenti neće imati efekt.

Kad je potreba za spoznajom visoka, moćan govorni stil neće imati utjecaj na prosudbe govornikove samokontrole, dok će snažni argumenti djelovati u smjeru viših procjena samokontrole od slabih.

2. d) Kad je potreba za spoznajom niska, moćan jezični stil dovesti će do viših procjena autoritativnosti, a snažni i slabi argumenti neće imati efekt.

Kad je potreba za spoznajom visoka, moćan govorni stil neće imati utjecaj na prosudbe govornikove autoritativnosti, dok će snažni argumenti djelovati u smjeru viših procjena samokontrole od slabih.

2. e) Kad je potreba za spoznajom niska, moćan jezični stil dovesti će do viših procjena socijabilnosti, a snažni i slabi argumenti neće imati efekt.

Kad je potreba za spoznajom visoka, moćan govorni stil neće imati utjecaj na prosudbe govornikove socijabilnosti, dok će snažni argumenti djelovati u smjeru viših procjena samokontrole od slabih.

3. METODA

3.1. ISPITANICI

Istraživanje je provedeno na uzorku od 312 studenata Sveučilišta u Zadru (*Nm*= 107, *Nž*= 205) na kojima su grupno primijenjeni mjerni instrumenti. Ispitanici su bili studenti Odjela za anglistiku (*Nž*=59, *Nm*= 2), Odjela za arheologiju (*Nž*= 15, *Nm*= 15), Odjela za francuske i frankofonske studije (*Nm*= 2, *Nž*= 17), Odjela za geografiju (*Nm*= 26, *Nž*= 31), Odjela za informacijske znanosti (*Nm*= 4, *Nž*= 7), Odjela za povijest (*Nm*= 19, *Nž*= 18), Odjela za pedagogiju (*Nm*= 1, *Nž*= 26), Odjela za psihologiju (*Nm*= 5, *Nž*= 19), Odjela za talijanistiku (*Nm*= 2, *Nž*= 14) te Pomorskog odjela (*Nm*= 30).

Prosječna dob ispitanika u ovom istraživanju iznosila je 21 godinu (M= 20. 7, SD= 2. 07). Dob sudionika nije se razlikovala s obzirom na spol (t = 1.09, df= 310, p>.16) te s obzirom na moć govornog stila (t= 1.09, df= 310, p>.27), snagu argumenata (t= 1.40, df= 310, p>.07) te potrebu za spoznajom (t= 1.20, df= 309, p>.08).

3.2. POSTUPAK

U istraživanju su sudjelovali studenti i studentice Sveučilišta u Zadru. Primjena upitnika se provodila grupno, prije predavanja tijekom posljednjeg tjedna studenog te tijekom prva dva tjedna u prosincu 2018. godine. Upitnici su se primjenjivali uglavnom prije početka predavanja, osim u dva slučaja, kad su primijenjeni nakon predavanja. Na početku je ispitanicima rečeno da se ispituju procesi kod ljudi u situacijama evaluacije javnih govornika. Osim toga, obavezno im je bila zajamčena anonimnost te povjerljivost podataka, da je sudjelovanje u potpunosti dobrovoljno te da u bilo kojem trenutku mogu odustati. Nijedan ispitanik nije odustao od popunjavanja upitnika. Nakon ispunjavanja upitnika, ispitanici su upitnike vratili te im je bilo zahvaljeno na suradnji. Sama primjena upitnika, skupa s uputom, trajala je u prosjeku 15 minuta.

Pri regrutiranju ispitanika vodilo se računa o tome da podjednak broj ispitanika bude zastupljen u svim situacijama, odnosno u situaciji moćnog govornog stila i snažnih argumenata (Nm= 27, Nž= 51), moćnog govornog stila i slabih argumenata (*Nm*= 25, *Nž*= 51), nemoćnog govornog stila i snažnih argumenata (Nm= 29, Nž= 51) te nemoćnog govornog stila i slabih argumenata (*Nm*= 25, *Nž*= 49). Vodilo se je računa i o tome da omjer ispitanika po različitim situacijama bude podjednak unutar svakog odjela ili studijske grupe. Kako bi se manipuliralo varijablom potrebe za spoznajom ispitanici su, nakon rješavanja Skale potrebe za spoznajom, bili podijeljeni u dvije skupine-visoku i nisku potrebu za spoznajom na temelju medijana rezultata postignutih na toj skali. Postojao je podjednak broj ispitanika s obzirom na razinu potrebe za spoznajom (visoka vs. niska), unutar pojedinačne eksperimentalne situacije: moćan govorni stil i snažni argumenti (N_{visoka}= 38, N_{niska}= 42), moćan govorni stil i slabi argumenti (N_{visoka}= 38, N_{niska}= 40), nemoćan govorni stil i snažni argumenti (N_{visoka}=42 , N_{niska}= 32) nemoćan govorni stil i slabi argumenti (N_{visoka}= 40, N_{niska}=38).

3.2.1. Transkript govora (podražajni materijal)

Kao što je već navedeno, u upitniku se manipuliralo varijablom koja se naziva moć govornog stila, pri čemu su postojali moćan i nemoćan govorni stil. Osim toga, manipuliralo se i varijablom koja se naziva snaga argumenata, u kojoj su također postojale dvije razine: snažni i slabi argumenti. Govori su preuzeti iz rada Hosmana i Siltanen (2002) uz odobrenje autora te su prevedeni na hrvatski jezik.

3.2.1.1. Snaga argumenata

Sudionici su pročitali persuazivnu poruku koja ide u prilog podizanja cijene parkinga na jednom neodređenom sveučilištu. Snaga argumenata bila je manipulirana na način da su ispitanici u situaciji snažnih argumenata trebali pročitati tri snažna argumenta koja su zagovarala podizanje cijene parkinga. U situaciji slabih argumenata ispitanici su trebali pročitati tri slaba argumenta, koja su također išla u prilog podizanju cijene. Snažne argumente su u originalnom istraživanju generirali studenti te su potom odabrani oni koji su dobili najviše procjene. Snažnim argumentima naglašavalo se da će povećane cijene dovesti do a) poboljšanja postojećih struktura b) da će pospješiti također i izgradnju novih te c) osigurati prijeko potrebna mjesta za fakultetsko osoblje i studente. Kako bi se ovi argumenti poduprli, korišteno je više citiranih izvora, odnosno argument profesora koji je zadužen za razvoj kampusa, a koji je

objavljen u jednom časopisu, istraživanje kojeg su proveli administratori koji su zaduženi za institucijsko planiranje te dokaz iz *Journal of Institutional Development.* Slabi argumenti su također bili generirani od strane studenata iz originalnog istraživanja, a u njima se zagovaralo da treba povisiti cijenu parkinga budući da bi taj novac mogao biti a) iskorišten za zapošljavanje većeg broja fakultetskog osoblja b) mogao bi biti iskorišten za povećanje knjižnične građe te c) bi trebalo dovesti do manje gužve na parkingu budući da bi manje studenata dovozilo svoje automobile zbog povećanih cijena. Izvori koji su bili iskorišteni s ciljem podupiranja navedenih argumenata ovog puta su bili mišljenje nekog instruktora, argument jednog od studenata te neformalna anketa koja je provedena među skupinom prijatelja.

3.2.1.2. Moć govornog stila

Nakon generiranja argumenata, autori su napravili dvije verzije govora za svaku vrstu argumenata (snažni i slabi). U nemoćnoj verziji teksta autori su ubacili ublaživače, popunjene pauze i pitanja na kraju rečenice. Ukupno je bilo 15 nabrojenih jezičnih formi, kako je korišteno i u prijašnjim istraživanjima. Moćna poruka nije sadržavala nabrojene jezične forme.

3.2.1.3. Pred testiranje za provjeru manipuliranih nezavisnih varijabli

Nezavisno od glavnog istraživanja, manji dio ispitanika je sudjelovao u kratkom predispitivanju u kojem se nastojalo provjeriti razlikuju li ispitanici snažne od slabih argumenata te nemoćan stil od moćnog. Ispitanici su imali zadatak pročitati jedan od četiri prethodno navedena govora te procijeniti koliko su argumenti u tekstu bili: l*ogični, jasni, dobro obrazloženi te snažni* na ljestvici od 1 do 7, pri čemu je također korišten semantički diferencijal. Kako bi procijenili razlikuju li ispitanici dva stila, bili su pitani koliko govornik, prema njima *oklijeva, zastajkuje, muca te postavlja pitanja*. Čestice su korištene po prijedlogu Holtgravesa i Laskog (2005), koji su manipulirali istim varijablama.

Rezultati složenih analiza varijance pokazali su da su ispitanici smatrali da su snažni argumenti jasniji od slabih (*M*=5. 25 vs. *M*=3. 61, *F*(1,115)= 107, *p*=<. 05), obrazloženiji (*M*= 5.10 vs. *M*=3. 3, *F*(1,115)=116. 40, *df*=1, p<. 05), snažniji (*M*= 4.61 vs. *M*= 3.05, *F*(1,115) = 84. 88, *df*= 1, *p*= <. 05) te logičniji (*M*= 4. 73 vs. *M*= 2. 93, *F*(1,115) = 99. 06, *df*= 1, *p*= <.05). Glavni efekti moći govornog stila na navedene varijable, kao ni interakcijski, nisu utvrđeni. Izračunate su analize varijance i za provjeru manipulacije govornim stilom te se pokazalo da su ispitanici percipirali da su u situaciji moćnog govornog stila govornici puno manje oklijevali (*M*=1.52 vs. *M*= 4. 69, *F* (1,115)= 120. 81, *df*= 1, *p*=<. 05), manje mucali (*M*= 1.33 vs. *M*= 2.02, *F*(1,115)= 26. 15, *df*= 1, *p*=<. 05), manje radili pauze (*M*= 1. 51 vs. *M*= 4. 93*, F*(1,115) =

129. 31, *df*= 1, *p*=<. 05) te postavljali manje pitanja (*M*= 1. 39 vs. *M*= 2. 41, *F*(1,115)= 37. 85, *df*= 1, *p*=<. 05). Kao i u slučaju snage argumenata, ni u ovom nisu utvrđeni glavni efekti snage argumenata na procjenu oklijevanja, mucanja, pauze ili postavljanje pitanja, kao ni interakcijski.

3.3. MJERNI INSTRUMENTI

U prvom dijelu upitnika postavljena su neka **opća pitanja**, u kojima su ispitanici trebali zaokružiti odgovore na njih ili ih nadopisati: spol, dob i studijsko usmjerenje. Kako je već navedeno, ispitanici su bili podijeljeni s obzirom na podražajni materijal (s obzirom na snagu argumenata i moć govornog stila) u jednu od četiri eksperimentalne skupine. Na temelju transkripta govora ispitanici su trebali na nizu od pet čestica procijeniti slaganje s prijedlogom koji se zagovara u govoru, što je bila mjera **persuazije.** Nakon toga su ispitanici trebali, također na temelju predstavljenog govora, procijeniti stupanj govornikove **samokontrole** i **kontrole nad drugima** na skupu čestica koje mjere isto. Osim toga, na temelju govora trebali su procijeniti ispitanika na **Evaluativnoj skali.** Na kraju upitnika, ispitanici su trebali ispuniti **Skalu potrebe za spoznajom.**

3.3.1. Mjere persuazije

Nakon čitanja transkripta govora, koji je opisan u prethodnom dijelu, ispitanici su morali procijeniti prijedlog koji se zagovara u tekstu na četiri čestice tipa semantičkog diferencijala. Navedene čestice su u kontekstu ispitivanja moći govornog stila i persuazije prvi koristili Gibbons, Busch i Bradac (1991), a Chronbach alpha iznosio je .90. Ispitanici su trebali procijeniti koliko je ideja, odnosno prijedlog koji se zagovara u tekstu po njihovom mišljenju bio *štetan/koristan*, *loš/dobar*, *budalast/mudar* te *nepovoljan/povoljan*. Osim toga, na jednoj čestici procijenjeno je slaganje s prijedlogom, koja je izražena na skali Likertovog tipa također od 7 stupnjeva, pri čemu je 1 označavao izrazito neslaganje s prijedlogom, dok je 7 značilo izrazito slaganje s prijedlogom. Kao mjera persuazije u ovom slučaju uzima se aritmetička sredina procjena na svim česticama tako da je mogući raspon rezultata na ovoj mjeri od 1 do 7. Za potrebe ovog istraživanja čestice su bile prevedene na hrvatski jezik.

Kako bi se potvrdila faktorska struktura ove skale i na ovom uzorku, napravljena je konfirmatorna faktoska analiza. Budući da je u prijašnjih istraživanjima utvrđeno da su sve

čestice zasićene jednim faktorom, koji je mjera persuazije, isto se pretpostavilo i u ovom istraživanju. Prilikom evaluacije modela korišteni su sljedeći indeksi pristajanja: χ^2 test, CFI i RMSEA. χ^2 test ovisi o veličini uzorka pa se uglavnom navode i stupnjevi slobode. Poželjno je da taj omjer bude manji od 2 kako bi model dobro pristajao podatcima. Za RMSEA- u poželjno je da vrijednost iznosi manje od 0.06 za dobro pristajanje podatcima, dok bi CFI trebala biti veća od 0.95. U slučaju prihvatljivog slaganja vrijednosti za CFI trebale bi biti iznad 0.90, dok bi za RMSEA- u trebale biti manje od 0.10. Iz tablice u prilogu vidljivo je da su čestice na ovoj skali bile uglavnom visoko zasićene faktorom te je njima objašnjen velik dio varijance (61.6%). Pokazalo se da su indeksi zasićenja dosegli zadovoljavajuće vrijednosti, pri čemu je za CFI vrijednost iznosila čak 0.99, dok je vrijednost za RMSEA- u (90% C.I.)- 0.00 (0.00- 0.77) te za χ^2= 4.731, df= 5, p=.45. Osim toga, važno je spomenuti i da je Cronbach alpha vrijednost iznosila 0.88, što upućuje na visoku pouzdanost skale (v.tablicu 1 u prilozima) .

3.3.2. Atribucije kontrole

3.3.2.1. Mjere kontrole nad drugima

Kako bi se ispitala percepcija kontrole koju govornici imaju nad drugima korišten je set od pet čestica po prijedlogu Hosmana i Siltanen (1994), koji su ih prvi ispitivali u tom kontekstu te je Cronbach alpha iznosio .81.

I u ovom slučaju korištene su čestice bipolarnog tipa na ljestvici od 1 do 7. Korištene skale su bile: *učinkovit vođa, utjecajan, dominantan, tiranin i manipulativan*, pri čemu su ispitanici morali zaokružiti jedan ako misle da je govornik krajnje neučinkovit vođa, a 7 ako misle da je krajnje učinkovit, a 4 je predstavljala neutralnu poziciju. U ovom slučaju ukupan rezultat također se formira kao aritmetička sredina procjena na svim česticama pa je teoretski raspon rezultata na ovoj skali između 1 i 7. Čestice su također za potrebe ovog istraživanja prevedene na hrvatski jezik.

I u slučaju Skale kontrole nad drugima napravljena je konfirmatorna faktorska analiza za koju je također pretpostavljeno da će sve čestice biti zasićene jednim faktorom. Kao mjera evaluacije korišteni su isti indeksi kao i za Skalu persuazije. U ovom slučaju CFI je iznosio 0.81, što je ispod zadovoljavajućih granica. Osim toga χ^2= 153.74, df= 5, p<.01. Vrijednosti za RMSEA- u (90% C.I.)= 0.33 (0.293- 0.37), što također upućuje na relativno loše pristajanje. S druge strane, sve čestice imale su zasićenje iznad 0.30 te su ukupno objašnjavale 43.6% varijance rezultata (tablica 2 u prilozima). Osim toga, Cronbach alpha i u ovom slučaju pokazao je relativno visoku pouzdanost unutarnje konzistencije (0.76).

3.3.2.2. Mjere samokontrole

Kako bi se ispitala percepcija govornikove samokontrole također je korišten skup čestica predložen od strane Hosmana i Siltanen (1994), a Cronbach alpha je u navedenom istraživanju iznosio .86. Također su i u ovom slučaju korištene bipolarne skale na ljestvici od 1 do 7. Kao mjera ukupne samokontrole korištene su čestice: *staložen, samopouzdan i samokontroliran.* Drugi aspekt samokontrole bila je kontrola govornog stila te se nastojalo ispitati u kojoj je mjeri govornikova komunikacija bila: *planirana, strateška, prikladna i namjerna.* Ukupan rezultat i na ovoj mjeri odgovarao je aritmetičkoj sredini procjena na svim navedenim česticama te je teoretski raspon rezultata na ovoj mjeri također bio između 1 i 7.

Kako bi se provjerila faktorska struktura i ove skale provedena je konfirmatorna faktorska analiza. Rezultati su pokazali postojanje jednog faktora kojim su zasićene sve čestice. Čestice su imale minimalno zasićenje od 0.56 te su ukupno objašnjavale 55.3% varijance rezultata. Za evaluaciju su opet korišteni isti indeksi pristajanja, a to su bili CFI, RMSEA te χ^2. CFI je u ovom slučaju iznosio 0.79, dok su vrijednosti za RMSEA- u iznosile (90% C. I.)= 0.25 (0.22-0.28), χ^2= 153.75, df= 5, p<.01. Cronbach alpha iznosio je 0.90, što upućuje na visoku pouzdanost (tablica 3 u prilozima).

3.3.3. Evaluativna skala

Kao mjera evaluativnih posljedica poruke u ovom istraživanju korišten je niz čestica. Budući da su prijašnja istraživanja (Baumeister, 1982) utvrdila postojanje dviju velikih dimenzija evaluacije: socijabilnosti i autoritativnosti, korištene su čestice koje reflektiraju upravo te dimenzije. Osim toga, budući da se pokazalo da je dinamičnost također važna evaluativna dimenzije, korištene su i čestice koje reflektiraju tu komponentu. Po prijedlogu Hosmana i Siltanen (1994) čestice koje mjere autoritativnost bile su: *moćan, autoritativna, snažan, inteligentan, kompetentan i dominantan.* Čestice koje su mjerice socijabilnost bile su: *ugodan, dopadljiv, druželjubiv* i *prijateljski nastrojen,* a čestice koje su ispitivale dinamičnost bile su: *brz, snažan i agresivan*. U istraživanju Hosmana i Siltanen (1994) pronađena su dva faktora, nazvana autoritativnost i socijabilnost. Za prvi je Cronbach alpha iznosila .88, a za drugi .81. čestice su i u ovom slučaju bipolarne te se ukupan rezultat formira kao aritmetička sredina svih čestica i kreće se u rasponu od 1 do 7.

Konfirmatorna faktorska analiza provedena na ovoj skali potvrdila je postojanje dvaju faktora, koji su, kao i u prethodnim istraživanjima bili nazvani faktor *autoritativnosti* i faktor

socijabilnosti. Prvim faktorom bilo je zasićeno ukupno devet čestica, koje su objašnjavale 50% varijance (tablica 4 u prilozima), dok su drugim faktorom bile zasićene četiri čestice koje su objašnjavale 62% varijance (v.tablicu u prilogu). CFI u ovom slučaju iznosio je 0.80, RMSEA (90 C. I.)= 0.15 (0.14- 0.16), χ^2= 455.91, df=64, p<.01. Kao što je vidljivo, ni ovi indeksi pristajanja nisu dobri, međutim čestice su objašnjavale relativno velik dio varijance te je Cronbach alpha za prvu skalu iznosio 0.88, a za drugu 0.87, što također upućuje na visoku pouzdanost (tablica 5 u prilozima).

3.3.4. Skala potrebe za spoznajom

U ovom istraživanju korištena je i Skala potrebe za spoznajom koju su konstruirali Petty, Caioppo i Kao 1982. Iako je originalna skala prvo sadržavala 45 čestica, a kasnije i 34, za ovo istraživanje korištena je skala od 18 čestica (Cacioppo i Petty, 1984, prema Vlahek, 2008). Za skraćenu verziju Skale potrebe za spoznajom brojna su istraživanja pokazala da ima zadovoljavajuće metrijske karakteristike (Cronbachov α>0.85), a njezine konvergentna i diskriminantna valjanost ispitane su u nizu istraživanja (Cacioppo i sur., 1996; prema Vlahek, 2008). Zadatak sudionika je da na ljestvici od 1 do 5 procijene u kojoj je mjeri svaka od ponuđenih tvrdnji karakteristična za njih, pri čemu broj 1 znači izrazito „nekarakteristično za mene“ a broj 5 „izrazito karakteristično za mene“. Neke od tipičnih čestica na ovoj skali su: „*Zadovoljstvo mi je dugo i naporno razmišljati*“, „*Privlači me ideja o oslanjanju na razmišljanje kako bih ostvario svoj put k uspjehu*“ ili „*Čak i kad me neke teme ne pogađaju osobno, obično se zateknem kako razmišljam o njima*“. Teoretski raspon rezultata kreće se od 18 do 90 bodova. Ukupni rezultat na skali formira se kao suma rezultata na pojedinim česticama, pri čemu veći ukupni rezultat označava izraženiju potrebu za spoznajom. Viši rezultat postižu trebale bi postići osobe koje su sklonije temeljitom promišljanju, čak i u situacijama u kojima se od njih takvo nešto ne traži (Vlahek, 2008). Na temelju medijana rezultata postignutih u ovom istraživanju ispitanici su bili podijeljeni u dvije skupine: oni koji su imali nisku potrebu za spoznajom te oni koji su imali visoku potrebu za spoznajom.

Konfirmatornom faktorskom analizom na podatcima iz ovog istraživanja se pokazalo da su čestice objašnjavale ukupno 27.60% ukupne varijance. Indeksi pristajanja iznosili su: CFI= 0.91, RMSEA (90% C.I.)= 0.05 (0.04- 0.07) te χ^2= 275, 16, df= 135, p<.01. Od indeksa pristajanja prva dva upućuju na dobro pristajanje modela dok, χ^2 upućuje na nešto lošije, ako se

kao prihvatljiv omjer vrijednosti i stupnjeva slobode uzme 2. Cronbach alpha iznosio je 0.86, što opet upućuje na visoku pouzdanost (tablica 6 u prilozima).

4. REZULTATI

Rezultati analiza prikazani su sukladno redoslijedu u kojem su postavljeni i problemi istraživanja. Budući da je prvi problem bio ispitati povezanosti rezultata zavisnih varijabli (persuazija, atribucije kontrole i evaluacija), izračunati su Pearsonovi koeficijenti korelacije. Osim toga, kako bi se odgovorilo na treći postavljeni problem, izračunato je pet složenih analiza varijance.

Deskriptivni podaci

Nakon utvrđivanja faktorskih struktura predstavljenih mjernih instrumenata, izračunata je i deskriptivna statistika na istima.

Tablica 1 Prikaz deskriptivnih parametara na mjerama persuazije, kontrole nad drugima, samokontrole, socijabilnosti i autoritativnoti te skali ukupne evalucije (autoritativnost i socijabilnost) za ispitanike koji se nalaze visoko na potrebi za spoznajom u razčitim uvjetima stila i snage argumenata.

Uvjeti	Visoka potreba za spoznajom											
	Nemoćan Stil											
	Slabi argumenti (N=38)						Snažni argumenti (N=52)					
	M	SD	S	K	K-S	p	M	SD	S	K	K-S	p
Procjena	4.03	1.15	-0.34	-0.24	.13	>.20	3.80	1.20	-0.37	-0.14	.13	>.20
Kontrola	3.46	1.07	-0.15	-0.74	.12	>.20	3.52	1.46	0.09	-0.87	.10	>.20
Samokontrola	4.03	1.18	-0.24	0.17	.09	>.20	4.28	1.17	0.36	-0.77	.16	<.20
Autoritativnost	3.51	0.96	-0.37	0.57	.09	>.20	3.42	1.07	0.19	0.87	.06	>.20
Socijabilnost	4.41	1.06	-0.58	1.60	.08	>.20	4.20	1.07	-0.61	0.64	.08	>.20

Uvjeti	Moćan Stil											
	Slabi argumenti (N=38)						Snažni argumenti (N=36)					
	M	SD	S	K	K-S	p	M	SD	S	K	K-S	p
Procjena	4.62	1.31	-0.16	-0.19	.10	>.20	4.64	1.25	-0.34	-0.66	.11	>.20
Kontrola	4.44	1.38	-0.39	-0.93	.13	>.20	5.00	1.41	-0.62	0.27	.17	>.20
Samokontrola	5.59	1.20	-1.25	1.98	.13	>.20	5.85	0.96	-0.76	-0.33	.14	>.20
Autoritativnost	4.67	1.09	-0.13	-0.13	.10	>.20	5.03	0.97	-0.60	0.38	.13	>.20
Socijabilnost	4.80	1.24	-0.13	-0.37	.09	>.20	4.93	0.98	-0.05	-0.87	.10	>.20

S – Skewness, K – Kurtosis, K-S - Kolmogorov–Smirnov test

Tablica 2 Prikaz deskriptivnih parametara na mjerama persuazije, kontrole nad drugima, samokontrole, socijabilnosti i autoritativnoti te skali ukupne evalucije (autoritativnost i socijabilnost) za ispitanike koji se nalaze nisko na potrebi za spoznajom u razčitim uvjetima stila i snage argumenata.

Uvjeti	Niska potreba za spoznajom											
	Nemoćan Stil											
	Slabi argumenti (N=38)						Snažni argumenti (N=52)					
	M	SD	S	K	K-S	p	M	SD	S	K	K-S	p
Procjena	3,74	1,21	-0.45	0.01	.13	>.20	3,64	1,44	-0.54	-0.57	.16	>.20
Kontrola	3,49	1,28	-0.16	-1.16	.13	>.20	4,13	1,42	0.57	-0.21	.12	>.20
Samokontrola	4,27	1,29	0.04	-0.63	.09	>.20	4,25	1,22	-0.70	0.16	.14	>.20
Autoritativnost	3,79	1,03	0.19	0.38	.07	>.20	4,08	0,99	0.85	1.44	.15	>.20
Socijabilnost	4,53	1,24	-0.95	1.52	.14	>.20	4,63	0,88	0.12	-0.17	.10	>.20
Uvjeti	Moćan Stil											
	Slabi argumenti (N=38)						Snažni argumenti (N=36)					
	M	SD	S	K	K-S	p	M	SD	S	K	K-S	p
Procjena	3,74	1,38	-0.24	-0.59	.06	>.20	4,47	1,18	-0.47	1.23	.11	>.20
Kontrola	4,33	1,18	-0.28	-0.68	.10	>.20	4,53	1,04	0.10	-0.51	.10	>.20
Samokontrola	5,03	1,23	-0.81	0.21	.13	>.20	5,57	0,96	-0.53	-0.08	.13	>.20
Autoritativnost	4,49	0,82	-0.03	0.64	.11	>.20	4,75	0,86	0.20	-0.38	.13	>.20
Socijabilnost	4,05	0,95	-0.80	0.91	.17	<.20	4,78	0,98	-0.30	1.02	.12	>.20

S – Skewness, K – Kurtosis, K-S - Kolmogorov–Smirnov test

4.1. Povezanost rezultata procjena prijedloga, kontrole nad drugima, samokontrole, socijabilnosti i autoritativnosti.

Kako bi se odgovorilo na drugi postavljeni problem, izračunati su Pearsonovi koeficijenti korelacije između rezultata na mjerama persuazije (procjene prijedloga), samokontrole, kontrole nad drugima, autoritativnosti i socijabilnosti. Rezultati su prikazani u tablici 11.

Tablica 3 Prikaz korelacija između rezultata na mjerama persuazije, samokontrole, kontrole nad drugima, te na socijabilnosti i autoritativnosti.

	Persuazija	Kontrola d.	Samokontrola	Autoritativnost	Socijabilnost
Persuazija	-				
Kontrola d.	.31***	-			
Samokontrola	.21***	.50***	-		
Autoritativnost	.29***	.66***	.75***	-	
Socijabilnost	.33***	.35***	.43***	.48***	-

***p<.001

Rezultati su pokazali da su sve varijable u pozitivnoj korelaciji. Pokazalo se da je persuazija, odnosno procjena prijedloga, bila slabo povezana sa svim ostalim varijablama: kontrola nad drugima (0.31), samokontrola (0.21), autoritativnost (0.29) te socijabilnost (0.33). Odnosno, utvrđeno je da što je procjena prijedloga bila povoljnija, bile su povoljnije i procjene komunikatorove kontrole nad drugima, samokontrole, autoritativnosti te socijabilnosti. S druge strane, kontrola nad drugima bila je u umjerenim pozitivnim korelacijama s ostalim varijablama: samokontrola (0.50), autoritativnost (0.66) te u slaboj korelaciji s procjenama socijabilnosti (0.35). Drugim riječima, više procjene kontrole nad drugima bile su povezane s višim procjenama samokontrole, autoritativnosti i socijabilnosti. Samokontrola je bila u pozitivnoj korelaciji sa socijabilnošću (0.43) te u visokoj korelaciji s autoritativnošću (0.75). Odnosno, što su bile više procjene samokontrole govornika, bile su i više procjene na ostalim varijablama. Autoritativnost je bila u pozitivnoj i umjerenoj korelaciji sa socijabilnošću (0.48).

4.2. Razlike u persuaziji (procjeni prijedloga), samokontroli, kontroli drugih i evaluaciji s obzirom na potrebu za spoznajom, moć govornog stila i snagu argumenata.

Kako bi se odgovorilo na treći problem, odnosno kako bi se ispitao interakcijski efekt potrebe za spoznajom, moći govornog stila i snage argumenata na persuaziju (procjenu prijedloga), procjenu samokontrole, kontrole nad drugima i evaluaciju govornika, provedene su trosmjerne analize varijance. Rezultati su prikazani u tablicama koje slijede.

Tablica 4 Prikaz rezultata trosmjerne analize varijance dobivenih ispitivanjem razlika u persuaziji s obzirom na potrebu za spoznajom, moć govornog stila i snagu argumenata.

	F-omjer	*df*	*p*	η_p^2
Spoznaja	6.321**	1/304	.014	.014
Stil	14.367**	1/304	.000	.043
Argumenti	0.510	1/304	.475	.001
Spoznaja x Stil	1.030	1/304	.310	.002
Spoznaja x argumenti	2.007	1/304	.158	.003
Stil x argumenti	3.159	1/304	.077	.010
Spoznaja x stil x argumenti	0.982	1/304	.322	.001

Legenda: **- značajno na razini od 1%

Rezultati trosmjerne analize varijance pokazali su da ne postoji interakcijski efekt potrebe za spoznajom, moći govornog stila i snage argumenata na procjenu prijedloga, odnosno persuaziju. Pokazalo se, međutim da postoji glavni efekt stila (F=(1,304)= 14.367, p=<.01), pri čemu se u uvjetima moćnog stila govora prijedlog procjenjivao značajno povoljnije od uvjeta nemoćnog stila (M= 4.35, SD= 1.33 vs. M= 3.81, SD= 1.32). Također se značajnim pokazao i glavni efekt potrebe za spoznajom (F(1,304)= 6.321; p=<.01), pri čemu su ispitanici koji su bili više na procjeni za spoznajom, prijedlog procjenjivali značajno povoljnijim od onih koji su bili nisko na potrebi za spoznajom (M= 4.23, SD= 1.36 vs M= 3.91, SD= 1.33).

Kako bi se ispitao interakcijski efekt potrebe za spoznajom, moći govornog stila i snage argumenata na procjene samokontrole govornika, izračunata je trosmjerna analiza varijance, čiji su rezultati prikazani u tablici 5.

Tablica 5 Prikaz rezultata trosmjerne analize varijance dobivenih ispitivanjem razlika u procjenama govornikove samokontrole s obzirom na potrebu za spoznajom, moć govornog stila i snagu argumenata.

	F-omjer	*df*	*p*	η_p^2
Spoznaja	1.473	1/304	.226	.004
Stil	97.421**	1/304	.000	.243
Argumenti	4.033*	1/304	.045	.013
Spoznaja x Stil	2.275	1/304	.132	.012
Spoznaja x argumenti	1.000	1/304	.738	.000
Stil x argumenti	1.281	1/304	.259	.004
Spoznaja x stil x argumenti	0.119	1/304	.730	.000

Legenda:**- značajno na razini od 1%,

*- značajno na razini od 5%

Rezultati trosmjerne analize varijance pokazali su da nijedan interakcijski efekt ne postoji, kao ni glavni efekt potrebe za spoznajom na procjene govornikove samokontrole. Međutim, opet utvrđeno je da postoji glavni efekt govornog stila ($F(1,304)= 99.421$, $p= <.01$) pri čemu su veće procjene govornikove samokontrole bile u situaciji moćnog govornog stila ($M= 5.50$, $SD= 1.10$ vs. $M= 4.21$, $SD= 1.20$). Osim toga, utvrđen je i glavni efekt snage argumenata na procjene govornikove samokontrole, pri čemu su više procjene bile u situaciji snažnih argumenata ($M= 4.96$, $SD=1.30$ vs. $M= 4.72$, $SD= 1.43$) ($F(1,304)=4.059$, $p=<.05$).

Kako bi se ispitao interakcijski efekt potrebe za spoznajom, moći govornog stila i snage argumenata na procjene govornikove kontrole nad drugima, provedena je trosmjerna analiza varijance. Rezultati su prikazani u tablici 6.

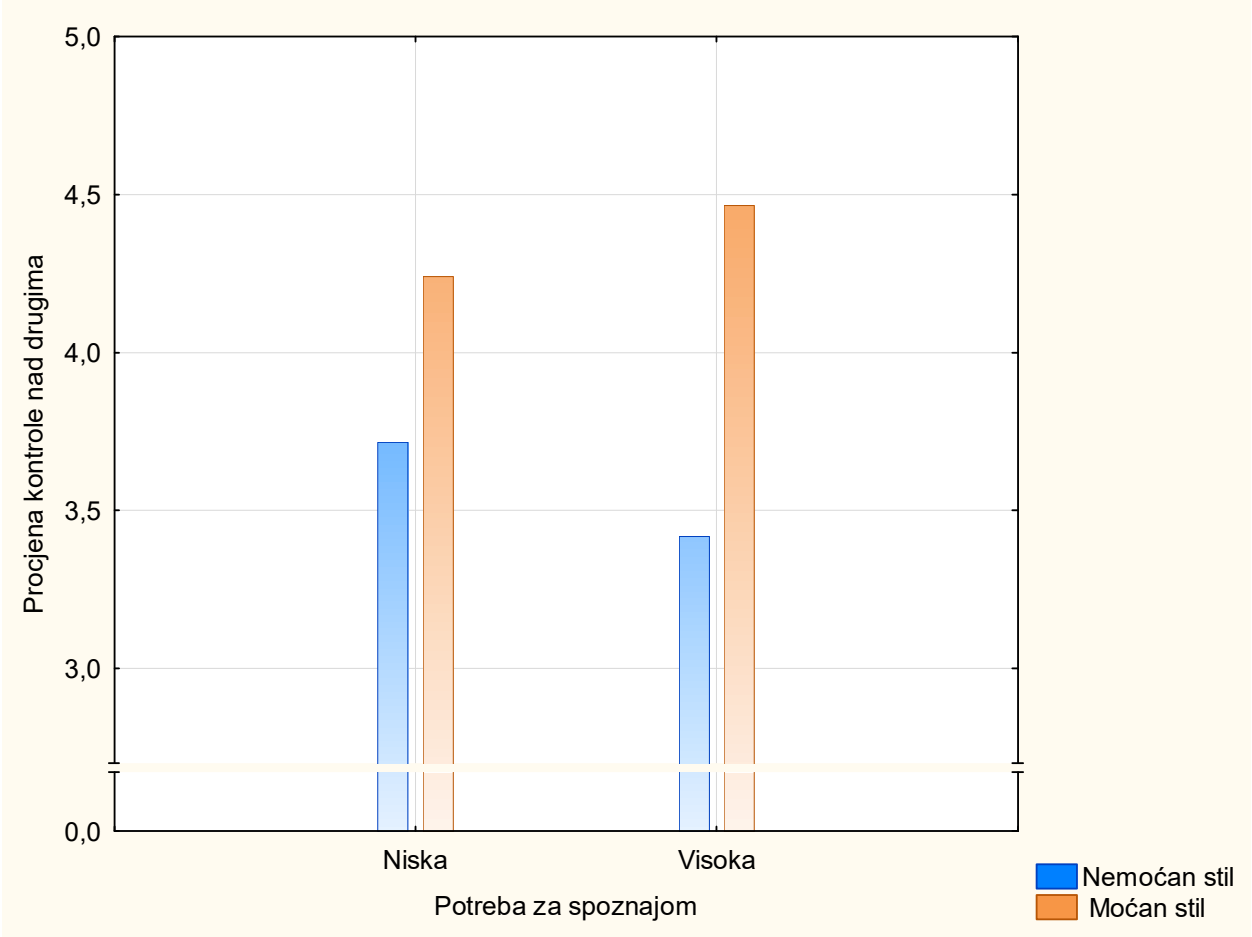
Tablica 6 Prikaz rezultata trosmjerne analize varijance dobivenih ispitivanjem razlika u procjenama govornikove kontrole nad drugima s obzirom na potrebu za spoznajom, moć govornog stila i snagu argumenata.

	F-omjer	*df*	*p*	η_p^2
Spoznaja	0.011	1/304	.759	.000
Stil	42.815**	1/304	.000	.121
Argumenti	6.897*	1/304	.035	.015
Spoznaja x Stil	4.812**	1/304	.003	.015
Spoznaja x argumenti	0.147	1/304	.676	.000
Stil x argumenti	0.015	1/304	.629	.000
Spoznaja x stil x argumenti	2.788	1/304	.069	.009

Legenda:**- značajno na razini od 1%,

*- značajno na razini od 5%

Rezultati trosmjerne analize varijance pokazali su da postoji glavni efekt moći govornog stila (F(1,304)= 42.815, p=<.01) na procjene govornikove kontrole nad drugima, pri čemu su govornici procjenjivani više na kontroli u situaciji moćnog govornog stila u odnosu na situaciju nemoćnog govornog stila (M= 4.35, SD= 1.19 vs. M= 3.55, SD= 0.95). Značajnim se pokazao i glavni efekt snage argumenata (M= 4.05, SD= 1.14 vs. M=3.84, SD= 1.15) *(*F(1,304)= 6.897, p<.05), u smjeru povoljnije procjene govornikove kontrole nad drugima u situaciji snažnih argumenata. Osim navedena dva glavna efekta, značajnim se pokazao i interakcijski efekt govornog stila i potrebe za spoznajom (F(1, 304)=, p=<.05). Provedbom Bonferroni post- hoc testa pokazalo se da su ispitanici koji su bili visoko na potrebi za spoznajom imali više procjene kontrole u situaciji moćnog govornog stila, u odnosu na situaciju nemoćnog govornog stila (M=4.46 SD= 0.97 vs. M= 3.43, SD= 0.95), kao i ispitanici koji su bili nisko na potrebi za spoznajom (M= 4.24, SD= 0.85 vs. M= 3.71, SD= 0.96). (Slika 1), međutim nijedna druga razlika između pojedinih skupina nije bila značajna.



Slika 1. Prikaz interakcijskog efekta govornog stila i potrebe za spoznajom na varijabli procjene govornikove kontrole nad drugima (N= 312)

Kako bi se ispitao interakcijski efekt potrebe za spoznajom, moći govornog stila i snage argumenata na procjene autoritativnosti govornika, provedena je trosmjerna analiza varijance. Rezultati su prikazani u tablici 7.

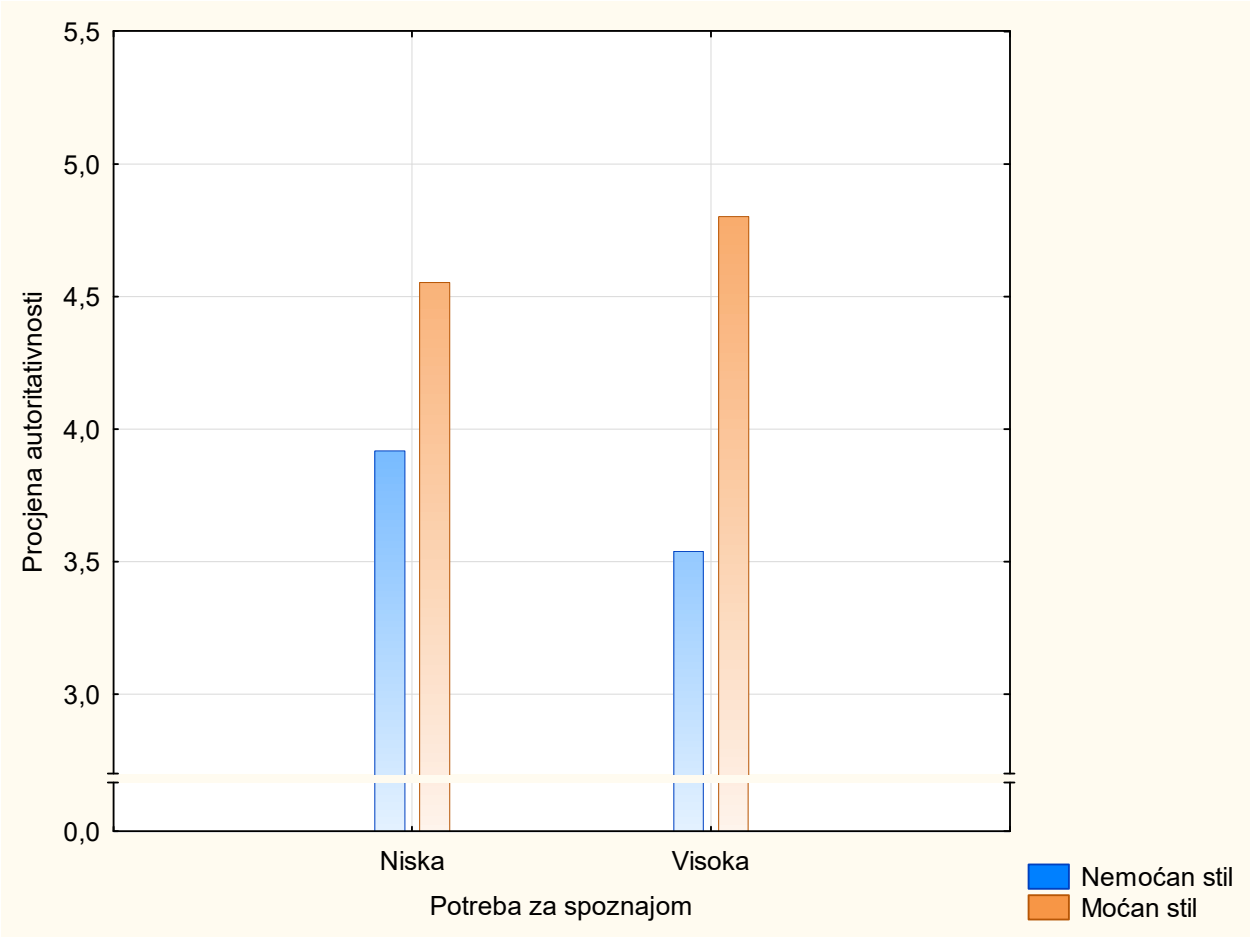
Tablica 7 Prikaz rezultata trosmjerne analize varijance dobivenih ispitivanjem razlika u procjenama autoritativnosti govornika s obzirom na potrebu za spoznajom, moć govornog stila i snagu argumenata.

	F-omjer	*df*	*p*	η_p^2
Spoznaja	1.068	1/304	.532	.001
Stil	81.881**	1/304	.000	.213
Argumenti	1.543	1/304	.215	.005
Spoznaja x Stil	9.009**	1/304	.003	.029
Spoznaja x argumenti	0.015	1/304	.902	.000
Stil x argumenti	1.544	1/304	.215	.005
Spoznaja x stil x argumenti	1.362	1/304	.244	.004

Legenda:**- značajno na razini od 1%,

*- značajno na razini od 5%

Izračunom trosmjerne analize varijance utvrđeno je da postoji glavni efekt stila govora (F= 84.391, p=<.01) te interakcijski efekt stila govora i potrebe za spoznajom (F(1,304) = 9.346, p=<.05) (Slika 2).Bonferroni post- hoc testom utvrđeno je da su obje skupine ispitanika, odnosno i oni koji su visoko (M=4.80, SD= 0.90 vs. M= 3.51, SD= 0.96), kao i oni koji su nisko na potrebi za spoznajom(M=4.55, SD= 0.85 vs. M=3.91, SD= 0.96), procjenjivali govornika autoritativnijim u situaciji korištenja moćnog govornog stila. Iako je utvrđen interakcijski efekt moći govornog stila i potrebe za spoznajom, post- hoc analizom (v.tablicu u prilogu), utvrdilo se samo da je kod obje skupine (kod ispitanika koji su bili visoko i kod onih koji su bili nisko na potrebi za spoznajom), komunikator procijenjen autoritativnijim u situaciji kad je korišten moćan govoran stil, u odnosu na nemoćan govorni stil.



Slika 2. Prikaz rezultata na varijabli procjene govornikove autoritativnosti s obzirom na govorni stil i potrebu za spoznajom (N= 312).

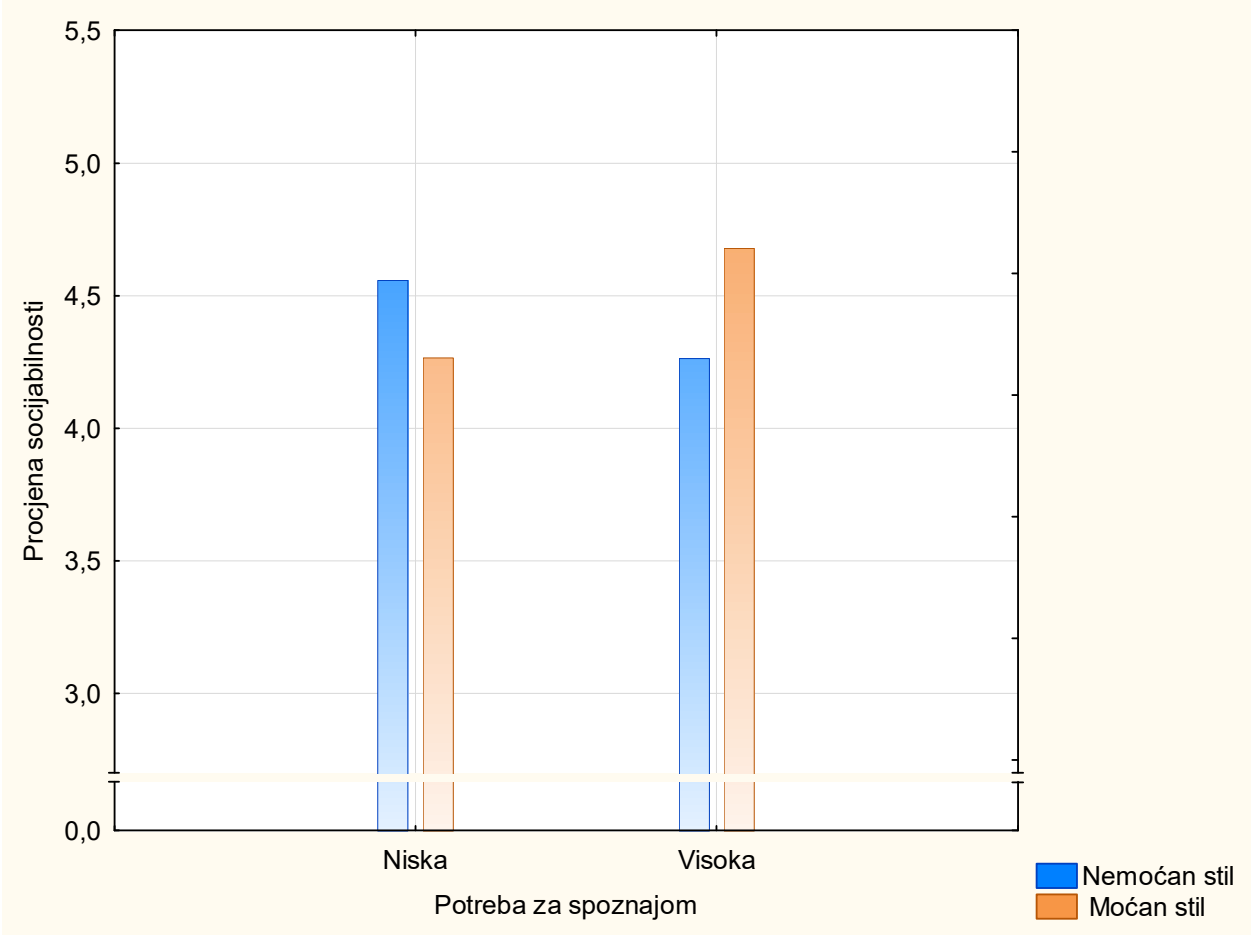
Kako bi se ispitao interakcijski efekt potrebe za spoznajom, moći govornog stila i snage argumenata na procjene socijabilnosti govornika, provedena je trosmjerna analiza varijance. Rezultati su prikazani u tablici 8.

Tablica 8 Prikaz rezultata trosmjerne analize varijance dobivenih ispitivanjem razlika u procjenama socijabilnosti govornika s obzirom na potrebu za spoznajom, moć govornog stila i snagu argumenata

	F-omjer	*df*	*p*	η_p^2
Spoznaja	0.210	1/304	.647	.000
Stil	0.226	1/304	.634	.006
Argumenti	1.868	1/304	.173	.008
Spoznaja x Stil	7.401**	1/304	.006	.024
Spoznaja x argumenti	3.947	1/304	.408	.001
Stil x argumenti	3.465	1/304	.063	.013
Spoznaja x stil x argumenti	0.295	1/304	.587	.000

Legenda:**- značajno na razini od 1%,

Rezultati trosmjerne analize varijance pokazali su da postoji interakcijski efekt moći govornog stila i potrebe za spoznajom (F (1,304)= 7.401, p=<.01). Provedbom Bonferonni post-hoc testa nije utvrđena nijedna značajna razlika između pojedinih skupina ispitanika. Ostali interakcijski, kao ni glavni efekti nisu bili utvrđeni.



Slika 3. Prikaz rezultata na varijabli procjene govornikove socijabilnosti s obzirom na govorni stil i potrebu za spoznajom (N= 312).

5. RASPRAVA

Cilj ovog istraživanja bio je ispitati odnos moći govornog stila, potrebe za spoznajom i snage argumenata s persuazijom, evaluacijom govornika te atribucijama govornikove samokontrole i kontrole nad drugima. U skladu s tim primjenjena je Skala potrebe za spoznajom, koju su konstruirali Petty i Cacioppo (1986), evaluativna skala koja je sačinjena od čestica koje ispituju autoritativnost, socijabilnost i dinamičnost govornika, a koju su prvi u takvom obliku koristili Hosman i Siltanen (1994). Nadalje, korištene su i čestice koje mjere govornikovu samokontrolu i kontrolu nad drugima, koje su također prvi u tom obliku koristili već navedeni autori. Osim toga, korišten je i skup čestica koji je ispitivao persuazivnost poruke, a koje su prvi za svoje istraživanje koristili Gibbons, Busch i Bradac (1991). U nastavku će biti navedeni i objašnjeni rezultati ovog istraživanja, koji će biti prikazani u skladu s redoslijedom postavljenih problema.

5.1. Odnos persuazije, procjena samokontrole, kontrole nad drugima te socijabilnosti i autoritativnosti

Kako bi se ispitao odnos persuazije te samokontrole, kontrole nad drugima, socijabilnosti i autoritativnosti, utvrđene su korelacije između ukupnih rezultata. Pokazalo se da je mjera persuazije bila značajno povezana sa svim ostalim varijablama, iako je ta povezanost bila relativno slaba. Ovakav nalaz bio je očekivan budući da neki autori (pr. Gibbons, Busch i Bradac, 1991) naglašavaju da se kroz procjene komunikatora, odnosno njegove vjerodostojnosti i pouzdanosti, može zaključiti i o pouzdanosti onoga što on zagovara pa nije iznenađujuće da su ispitanici koji su imali više procjene prijedloga, ujedno imali i više procjene pojedinih govornikovih karakteristika (tablica 3). Više procjene prijedloga bile povezane s višim procjenama ispitanikove samokontrole i kontrole, socijabilnosti i autoritativnosti. Takvo nešto je sasvim razumljivo budući da je ispitanicima u slučaju da su procijenili da je govornik siguran u to što govori, odnosno posjeduje određenu razinu kontrole, kako nad sobom, tako i nad svojom okolinom, vjerojatno to bio znak i da je i prijedlog kojeg zagovara također dobar. Naravno, moguća je i obrnuta situacija, odnosno to da su ispitanici koji su prvo procijenili prijedlog dobrim/lošim generalizirali to i na ostale procjene, čak i ako one nisu nužno vezane uz prijedlog, već uz komunikatorove karakteristike. Ispitanicima je prijedlog vjerojatno bio dovoljan da bi zaključili od karakteristikama govornika. Odnosno, u slučaju da

su procijenili da je prijedlog loš, šteta itd., procijenili su i govornika niže na socijabilnosti, autoritativnosti itd.

Osim toga, pokazalo se i da su sve ostale varijable bile u pozitivnoj korelaciji, iako u nešto višoj nego kod njihove povezanosti s persuazijom. Također ni ovo nije iznenađujuće budući da su i inicijalno sadržaji skala bili relativno slični. Primjerice, ne iznenađuje povezanost samokontrole i kontrole nad drugima budući da se često i smatra da su to samo aspekti opće kontrole (Hosman, 2015). Za osobe koje se percipiraju visoko na dimenziji samokontrole, odnosno staložene su, samouvjerene itd. očekuje se i veća kontrola nad ostalima u njihovoj okolini budući da se takve karakteristike generalno pripisuju primjerice vođama. Teško da će osoba biti procijenjena kao dobar vođa, ako se ne percipira kao samouvjerena i samokontrolirana osoba i obrnuto. Osim toga, atribucije kontrole i samokontrole bile su pozitivno povezane i s autoritativnošću. Posebno su bile visoke korelacije između autoritativnosti i kontrole nad drugima, što nije iznenađujuće budući da čestice na prvoj reflektiraju moć, a poznato je da je kontrola dio moći (Bradac i Street 1989/1990). Odnosno, obično je slučaj da osobe koje su moćne imaju kontrolu nad drugima. Ako se pogledaju čestice koje spadaju pod dimenziju autoritativnosti (moć, snaga, aktivnost, kompetentnost, inteligencija) jasno je zašto su procjene na toj dimenziji povezane s procjenama na dimenziji kontrole nad drugima, koja ispituje percepciju efikasnosti vođenja, dominantnost, manipulativnost itd. te s procjenama na dimenziji samokontrole, koja se odnosi na procjene govornikove samokontrole, samopouzdanja itd. Naime, sve ove karakteristike ono su što se smatra prikladnim za jednog govornika, barem u zapadnjačkoj kulturi (Lewis, 1995). Procjene socijabilnosti su također bile pozitivno povezane s procjenama autoritativnosti te samokontrole i kontrole nad drugima. Takvi nalazi su u skladu s nalazima ostalih istraživanjima (pr. Hosman i Siltanen, 1994; Hosman i Siltanen, 2002) te s pretpostavkom ovog istraživanja. Iako se čestice koje su sačinjavale faktor socijabilnosti ponešto drukčije od onih koje su opisivale kontrolu nad drugima, samokontrolu i autoritativnost te upućuju na drukčije karakteristike govornika, koje često nisu u fokusu kad se razmišlja o govornicima ili vođama, ispitanici su očito stvorili generalan dojam o govorniku koji se onda manifestirao na procjenama na svim skalama. Osim toga, ako se pogleda sadržaj čestica koje spadaju pod faktor socijabilnosti, poput druželjubivosti, ugodnosti i dopadljivosti jasno je zašto su takve karakteristike povezivali primjerice s dobrim govornikom, ako su ga prethodno procijenili visoko na ostalim dimenzijama. Dopadljivost, ugodnost i prijateljska nastrojenost su, iako ne u istoj mjeri kao recimo autoritativnost, ponekad važni čimbenici koji utječu na stvaranje konačnog dojma o govorniku. Osoba koja se smatra npr. dobrim govornikom ili vođom teško da će biti smatrana

nedruželjubivim, budući da se takve karakteristike ne vežu uz tipičnog govornika (Lewis, 1995).

5.2. Razlike u mjerama persuazije, procjenama govornikove samokontrole, kontrole nad drugima te evaluaciji s obzirom na potrebu za spoznajom, moć govornog stila i snagu argumenata

Prvi dio drugog problema u ovom istraživanju bio je ispitati razlike u procjenama prijedloga koji se zagovara u tekstu, odnosno persuaziju, s obzirom na moć govornog stila, potrebu za spoznajom i snagu argumenata. Kao teoretski okvir za postavljanje hipoteza u ovom istraživanju poslužio je model vjerojatnosti elaboracije Pettyja i Cacioppa, prema kojem se pretpostavlja da jezične značajke djeluju kao heuristici u situaciji niže motivacije. Budući da se potreba za spoznajom definira kao individualni faktor motivacije, koji bi mogao utjecati na to hoće li ispitanici davati veću važnost argumentima ili jezičnom stilu, pretpostavljeno je da će ispitanici koji su niže na potrebi za spoznajom povoljnije procjenjivati prijedlog ako je on izrečen moćnim govornim stilom, nego ako je on izrečen nemoćnim stilom, dok argumenti neće imati nikakvu ulogu u procjenjivanju prijedloga. Za ispitanike koji su postigli više rezultate na Skali potrebe za spoznajom, obrazac bi trebao biti suprotan. Ovakve pretpostavke u ovom istraživanju ipak nisu bile potvrđene. Ono što je u ovom istraživanju bilo utvrđeno jest to da su ispitanici davali povoljnije procjene prijedloga u situaciji korištenja moćnog govornog stila, u odnosu na situaciju kad je korišten nemoćan govorni stil. Osim toga, utvrđeno je i da su ispitanici koji su imali više rezultate na potrebi za spoznajom također imali i više procjene prijedloga. Interakcijski efekti, kao ni efekt snage argumenata nisu utvrđeni (v. tablicu 4). Iako rezultati nisu u skladu s pretpostavljenom hipotezom, varijabla moći govornog stila djelovala je na način da je prijedlog koji je bio izrečen moćnim govornim stilom bio procijenjen značajno povoljnije u odnosu na situaciju nemoćnog govornog stila. Budući da se u prijašnjim istraživanjima (Erikson i sur. 1978; Hosman i Wright, 1983.; Bradac i Mulac, 1984; Hosman i Siltanen, 1994; Hosman i Siltanen, 2002, Holtgraves i Lasky, 2005;Sparks i Areni, 2008) dosljedno dobivalo da su ispitanici procjenjivali komunikatore koji su koristili moćan govorni stil značajno povoljnije od onih koji su koristili nemoćan govorni stil, a pretpostavljalo se da bilo koja varijabla koja djeluje na procjenu govornika onako kako moć govornog stila djeluje, vjerojatno djeluje i na persuaziju. Osim toga, pretpostavka je da bi to djelovanje na persuaziju moglo ići kroz stvaranje dojma o kredibilitetu govornika te bi kao takva mogla služiti kao

heuristik za donošenje brzih prosudbi o poziciji koja se zagovara u poruci (Gibbons, Busch i Bradac, 1991). Ovaj nalaz zapravo je u suprotnosti s nekima od dosadašnjih istraživanja koja nisu utvrdila razlike u persuaziji s obzirom na moć govornog stila (pr. Gibbons i sur., 1991; Clepper, 1992; Hosman i Siltanen, 2002), iako je u određenom broju istraživanja utvrđena razlika u persuaziji (Hosman i Siltanen, 1995;Holtgraves i Lasky, 2005; Sparks i Areni, 2008; Hosman i Siltanen, 2011). Ono što je u ovom istraživanju neobičan nalaz jest to da se procjene prijedloga nisu razlikovale s obzirom na snagu argumenata, iako je u većini ostalih istraživanja taj efekt pronađen (Gibbons i sur., 1991;Hosman i Siltanen, 2002; Sparks i Areni, 2008). Moguće objašnjenje za to navode Gibbons i sur. (1991). Prema njima, u situacijama kad ispitanici nisu upoznati s temom (kao što je vjerojatno bio slučaj u ovom istraživanju), argumenti su im teže dostupni, tako da oni ni nemaju neku važnost u procjeni prijedloga. Ako se uzme u obzir i to da im tema nije relevantna, što je isto najvjerojatnije bio slučaj u ovom istraživanju, zapravo je lako objašnjivo zašto argumenti nisu imali utjecaj na procjene prijedloga. U takvim situacijama, kad su argumenti teže dostupni i kad je motivacija za procesiranje niža zbog niske relevantnosti za ispitanike, moć govornog stila može postati bitniji element od snage argumenata u persuazivnom djelovanju, što se vjerojatno i dogodilo u ovom istraživanju.

Postavlja se i pitanje zašto potreba za spoznajom nije djelovala u očekivanom smjeru. Poznato je da situacijski faktori (npr. relevantnost teme) utječu na kontrolirano procesiranje informacija pa možda jednostavno potreba za spoznajom nije bila dovoljna za kontrolirano, nasuprot perifernom procesiranju. Iako rezultati na Skali potrebe za spoznajom možda reflektiraju generalnu motivaciju ispitanika za promišljanjem, to ne znači nužno da su ispitanici promišljali i u ovom slučaju jer, kako je već navedeno, čak i za one koji imaju visoke rezultate na skali potrebe za spoznajom, nije realno očekivati da će promišljati o baš svakoj temi na koju naiđu (Petty, Cacioppo, Strathman i Priester, 2004). Ako se uz to uzme u obzir da su čestice na Skali potrebe za spoznajom poprilično transparentne, upitno je koliko rezultati dobiveni u ovom istraživanju uopće reflektiraju socijalno poželjne odgovore, a koliko pravu potrebu za spoznajom. Zabrinutost zbog transparentnosti skale te mogućnost relativno lakog simuliranja visoke potrebe za spoznajom prepoznali su i sami Petty i Cacioppo (1982). Upravo iz tog razloga sami autori su proveli istraživanje kako bi utvrdili postoji li povezanost između rezultata na Skali potrebe za spoznajom te socijalne poželjnosti mjerene Crowne- Marlow skalom. Rezultati su pokazali da da povezanost ne postoji, a objašnjenje koje su dali autori jest to da u situaciji kad su odgovori ispitanika anonimni, nema ni potrebe za davanjem socijalno poželjnih odgovora. Iako se u tom istraživanju nije pokazalo da postoji povezanost između rezultata na

ovim skalama, istraživanje koje su proveli Hunt, Stevens, Cgatterjee i Kernan (1994) pokazuje ponešto drukčije rezultate. Naime, autori su u dvije studije koje su proveli utvrdili povezanost rezultata. Iako je ta povezanost bila relativno niska (r= 0.25), autori su iskazali zabrinutost zbog same značajnosti povezanosti rezultata. Unatoč niskoj povezanosti rezultata, ostaje pitanje u kojoj mjeri se rezultati na ove dvije skale uopće mogu uspoređivati, posebice na studentskoj populaciji. Uvidom u čestice na Skali socijalne poželjnosti, može se primijetiti da čestice obuhvaćaju cijeli spektar ponašanja u svakodnevnom životu (pr. čestica: „*Bez obzira na to s kime pričam, uvijek sam dobar slušač*", „*Volim ogovarati s vremena na vrijeme*", „*Nikad ne oklijevam kad nekomu treba pomoć*", „*Nikad nisam namjerno rekao/rekla nešto što je povrijedilo nekoga*"), dok čestice na Skali potrebe za spoznajom obuhvaćaju motivaciju za dubljim promišljanjem o velikom broju stvari. Budući da je na Skali potrebe za spoznajom fokus uglavnom na temeljitom promišljanju, možda je studentima važno ostaviti dojam osoba koje promišljaju te zbog toga svjesno ili nesvjesno postići neopravdano visoke rezultate na Skali potrebe za spoznajom, dok im s druge strane ne mora biti važno ostaviti dojam osobe koja uvijek pažljivo sluša druge, nikad ne odgovara itd. Iako, naravno, postoji osnova za korištenje ove skale kao usporedbe za rezultate na Skali potrebe za spoznajom, ipak je upitno koliko su uopće rezultati na njima usporedivi.

Drugi dio drugog problema bio je ispitati razlike na atribucijama govornikove samokontrole s obzirom na potrebu za spoznajom, moć govornog stila i snagu argumenata. Rezultati su pokazali da ni u ovom slučaju nisu u sukladnosti s pretpostavkom. Naime, i u slučaju atribucija samokontrole pretpostavljalo se da će ispitanici koji su postigli više rezultate na Skali potrebe za spoznajom davati više procjene samokontrole u situaciji korištenja snažnih u odnosu na slabe argumente, dok govorni stil neće imati utjecaj na prosudbe. U slučaju ispitanika koji su imali niže rezultate na navedenoj skali, pretpostavljeni su suprotni rezultati. Ono što je utvrđeno u ovom istraživanju uvelike se razlikuje od pretpostavljenog. Tako se pokazalo da je da je postojao glavni efekt snage govornog stila, pri čemu su ispitanici davali više procjene govornikove samokontrole u situaciji korištenja moćnog govornog stila, u odnosu na situaciju nemoćnog govornog stila (v.tablicu 5). Takvi rezultati nisu iznenađujući ako se uzmu u obzir rezultati većine dosadašnjih istraživanja koja su utvrdila isto (Hosman i Siltanen, 1994; Hosman i Siltanen, 2002; Hosman i Siltanen, 2006). Objašnjenje za ovakve nalaze jest to da moć govornog stila upućuje na generalnu kontrolu, koja se i smatra dijelom moći, a samim time i na sposobnost komunikatora da se održava kontrolu nad sobom. Moćan govorni stil upućuje na to da govornik ima kontrolu nad sobom te da se zna ponašati primjereno situaciji (Bradac i Street, 1989/1990). Ako se uzmu u obzir komponente nemoćnog govornog stila koje

su korištene u ovom istraživanju (popunjene pauze, pitanja na kraju rečenice i oklijevanja), jasno je zašto bi ovakve komponente kod ispitanika mogle utjecati na to da se govornicima pripišu niže razine samokontrole. Primjerice, iako postoji mogućnost da pitanja na kraju rečenice označavaju to da je govornikov cilj možda bio „natjerati" primatelje poruke da promisle, s druge strane može označavati i njegovu nesigurnost u to što govori. Osim toga, i popunjene pauze, iako mogu upućivati na komunikatorovo promišljanje, također mogu upućivati na nesigurnost u ono što se govori. Isti efekt mogu imati i korištena oklijevanja(Hosman i Siltanen, 1994). Osim toga, utvrđen je i glavni efekt snage argumenata u smjeru viših procjena samokontrole kad je u situaciji snažnih argumenata, u odnosu na situaciju slabih argumenata, iako je veličina efekta bila dosta mala (v. tablicu 5). Također ni ovaj efekt nije iznenađujući, iako je iznenađujuća veličina njegovog efekta, koja je bila relativno mala. Međutim, i ovakvo nešto je lako objašnjivo. Ispitanicima za procjenu govornikove samokontrole vjerojatno je bio dovoljan govorni stil da izvedu zaključke pa su im argumenti vjerojatno bili malo potrebni, i to vjerojatno za određene čestice gdje su procjenjivali koliko je komunikacija bila namjerna, planirana itd. gdje im je ipak trebao barem neki uvid u korištene argumente. Postavlja se pitanje kako u ovom slučaju nije postojao interakcijski efekt potrebe za spoznajom te argumenata i stila. Odgovor na to može biti ono što je već navedeno, a to je da je za većinu ispitanika, dakle bez obzira na potrebu za spoznajom, stil bio dovoljan za procjene samokontrole(Gibbons, Busch i Bradac, 1991), kao i uvid u argumente za pojedine čestice za koje nisu mogli procijeniti samokontrolu na osnovu samog stila. Odgovor na pitanje zašto potreba za spoznajom nije djelovala u pretpostavljenom smjeru vjerojatno leži u samim nedostatcima skale, koji su navedeni u prethodnom dijelu, ali i u tome da je potreba za spoznajom indirektna mjera motivacije za procesiranjem informacija pa ni ne možemo znati koliko su ispitanici bili zainteresirani konkretno za temu koja je bila dio ovog istraživanja. Bolja opcija u ovom slučaju vjerojatno bi ipak bila to da se ispitanike direktno pita koliko su motivirani.

Treći dio drugog problema bio je ispitati razlike u percepcijama govornikove kontrole nad drugima s obzirom na potrebu za spoznajom, snagu argumenata i govorni stil. Pretpostavka je bila ista kao i u slučaju s prethodno navedenim problemima. Ni na ovoj varijabli nezavisne varijable nisu se „ponašale" na način na koji je bilo pretpostavljeno. Naime, u ovom slučaju utvrđen je opet glavni efekt moći govornog stila, kao i glavni efekt snage argumenata te interakcijski efekt moći govornog stila te potrebe za spoznajom (v. tablicu 6). Provedba post-hoc testa ipak nije ukazala na postojanje interakcijskog efekta, već samo na to da se ispitanici obiju grupa (visoko i nisko na potrebi za spoznajom) razlikuju u procjenama moćnog i

nemoćnog govornog stila. Odnosno, obje skupine su procjenjivale da govornik ima veću kontrolu nad drugima u situaciji korištenja moćnog govornog stila. Nalazi da se komunikatorima koji koriste moćan govorni stil pripisuju više razine kontrole nad drugima nisu iznenađujući budući da se isto potvrdilo u svim istraživanjima u kojima su dosad ispitivane te varijable (Hosman i Siltanen, 1994; Hosman, 1995; Hosman i Siltanen, 2002; Hosman i Siltanen, 2006, Hosman i Siltanen, 2011). Objašnjenje atribucije viših razina kontrole nad drugima u situaciji korištenja moćnog govornog stila u odnosu na nemoćan govorni stil leži u tome da ljude koji ga koriste percipiramo moćnijima, a poznato je da moćni ljudi kontroliraju druge (Hosman i Siltanen, 1994). Osim toga, kako je već navedeno, utvrđen je i glavni efekt snage argumenata, pri čemu su ispitanici pripisivali više razine kontrole nad drugima komunikatorima u situaciji korištenja snažnih argumenata. Također ni ovaj nalaz nije iznenađujuć budući da je isto dobiveno i u nekim prethodnim istraživanjima (npr. Hosman i Siltanen, 2002). Iako je moć govornog stila očigledno imala veći utjecaj na procjene govornikove kontrole nad drugima, argumenti su, iako s dosta malom veličinom efekta, također djelovali na prosudbe kontrole. Ako se uzmu u obzir nalazi da se govornici koji koriste snažne argumente percipiraju kompetentnijima i kredibilnijima, moguće je da im se uz to pripisuju i više razine kontrole nad drugima.

Pretpostavke o rezultatima na varijabli autoritativnosti također nisu potvrđene. Naime, umjesto očekivanog interakcijskog efekta, utvrđen je samo glavni efekt moći govornog stila te interakcijski efekt moći govornog stila i potrebe za spoznajom (tablica 7). Provedba post- hoc testa ipak nije pokazala postojanje interakcijskih efekata. Ono što se je opet pokazalo jest to da su ispitanici u obje skupine tj. oni koji su bili visoko te oni koji su bili nisko na potrebi za spoznajom procjenjivali komunikatora autoritativnijim u situaciji korištenja moćnog govornog stila, u odnosu na situaciju korištenja nemoćnog govornog stila, što opet potvrđuje nadmoć govornog stila u procjenama govornika. Ovakvi rezultati također su u skladu s istraživanjima budući da se u većini istraživanja utvrdilo da su govornici koji su koristili moćan govorni stil bili procijenjeni autoritativnijima (npr. Hosman i Siltanen, 1994; Hosman i Siltanen, 2002; Gibbons i sur., 1991; Bradac i Mulac, 1984). Budući da čestice na ovoj skali reflektiraju neke aspekte moći, odnosno, budući da se treba procijeniti moć, snaga, dominantnost, kompetentnost itd. jasno je zašto je moćan stil doveo do viših procjena autoritativnosti. Iako je pomalo iznenađujuće zašto u ovom slučaju snaga argumenata nije djelovala na procjene autoritativnosti, ispitanicima je vjerojatno govorni stil bio sasvim dovoljan za procjenu ispitanika na česticama koje reflektiraju autoritativnost. Budući da su pod faktor autoritativnosti „ušle“ i čestice koje

reflektiraju i dinamičnost (brz, agresivan, aktivan), za njihovu procjenu ispitanicima su argumenti vjerojatno bili suvišni.

Provjerene su i razlike na procjenama socijabilnosti govornika s obzirom na navedene varijable. U ovom slučaju značajnima su se pokazali interakcijski efekt moći govornog stila i potrebe za spoznajom (tablica 8). U prethodnim istraživanjima u kojima se ispitivao utjecaj moći govornog stila na procjene govornikove socijabilnosti bilo je utvrđeno da ispitanici povoljnije procjenjuju govornike u slučaju korištenja moćnog stila, kao i na ostalim mjerama evaluacije (Bradac i sur., 1981; Bradac i Mulac, 1984, Ericson, 1978; Hosman i Siltanen, 1994). Provedba post- hoc testa pokazala je da ipak nema značajnih razlika između pojedinih skupina. Kao što je vidljivo, razlike u efektima koji su dobiveni za socijabilnost, i za druge procjene (autoritativnost, samokontrolu, kontrolu nad drugima mogu upućivati na to da su različite dimenzije procjene ponekad pod različitim utjecajem pojedinih jezičnih karakteristika. Primjerice, istraživanje Browna i suradnika (1980) pokazalo je da brzina govora različito utječe na procjene dobronamjernosti i kompetentosti. Odnosno, što je brzina govora bila veća, procjene kompetentnosti bile su više do određene razine, kad su dosegnule plato. Za dobronamjernost je obrazac procjena bio ponešto drugačiji, odnosno, procjene su rasle do određene brzine govora, a onda su počele padati. Newcombe i Arnkoff (1979) su također utvrdili razlike u prosudbama asertivnosti i topline s obzirom na korištenje tzv. oklijevanja. Konkretnije, iako su govornici bili procijenjeni manje asertivnima kad su korišteni ublaživači, procijenjeni su toplijima u istoj situaciji, u odnosu na situaciju kad nisu bili korišteni ublaživači. Osim toga, Berger i Bradac (1982) navode da, iako se moćni govornici uglavnom percipiraju kompetentnima i atraktivnima, i nemoćni također mogu biti procijenjeni socijalno atraktivnima jer ih procjenjivači možda percipiraju sličnima sebi. Iako u ovom istraživanju takvo nešto nije utvrđeno, važno je napomenuti da se u mnogim istraživanja standardnog i ne- standardnog naglaska utvrdilo da, iako se standardni uglavnom procjenjuje povoljnije na dimenzijama statusa, kompetentnosti i kontrole, isto nije i za varijable solidarnosti, integriteta, dobronamjernosti i socijalne privlačnosti. Naime, neka istraživanja su pokazala da se ne-standardni govornici procjenjuju čak i povoljnije od standardnih govornika na ovim dimenzijama. Primjerice, Edwardsovo istraživanje (1977) je pokazalo da su govornici iz Donegala bili procijenjeni najkompetentnijima u skupini od pet različitih irskih govornih područja, ali govornici iz Dublina, koji su na dimenziji kompetentosti bili procijenjeni najniže, procijenjeni su najviše na socijalnoj privlačnosti. Luhman (1990) je ispitivao stavove o osobnosti govornika Standardnog američkog i govornika koji su imali naglasak specifičan za Kentucky. I u ovom slučaju pokazalo se da su prvi bili procijenjeni povoljnije na dimenziji

kompetentnosti, a niže na solidarnosti, dok je za drugu skupinu dobiveno suprotno. Po ovom bi se dalo zaključiti da se neki jezici/naglasci/govorni stilovi istovremeno mogu procjenjivati povoljno na dimenziji kompetentnosti, a nepovoljno na dimenziji solidarnosti, dok za druge obrazac može biti suprotan(Cargile i Bradac, 2001). Ovakvi nalazi ukazuju na to da, iako moćan govorni stil može dovesti do viših procjena autoritativnosti, kontrole itd. ispitanici ipak vjerojatno ne koriste iste kriterije za procjene socijabilnosti za koju su im možda potrebne i druge informacije o komunikatoru pa otud možda i neznačajne razlike između različitih govornih stilova na dimenziji socijabilnosti. Za snagu argumenata također može vrijediti isto objašnjenje. Odnosno, iako je ispitanicima primjerice za procjene kontrole ili recimo autoritativnosti uvid u argumente koristan, isto ne mora biti i slučaj za procjene socijabilnosti jer ti argumenti možda jednostavno ne odaju dovoljno informacija koje bi bile korisne za procjene na toj dimenziji.

5.3.Završna razmatranja

Na samom kraju valjalo bi se osvrnuti na potencijalne nedostatke samog istraživanja. Jedan od nedostataka koji se uobičajeno navode kad su u pitanju ovakva istraživanja jest prigodan uzorak, zbog čega bi trebalo pripaziti pri generalizaciji nalaza na širu populaciju. U istraživanju su tako sudjelovali ispitanici koji su na istoj razini obrazovanja te su bili podjednake dobi. Osim toga, nije bio izjednačen ni broj muškaraca i žena budući da su žene činile čak 65% uzorka. Ovakav uzorak, kojeg čine studenti podjednake dobi, iste razine obrazovanja te u kojem dominiraju ispitanice, čine generalizaciju nalaza ovog istraživanja na opću populaciju upitnom. Osim toga bitno je spomenuti i da je poruka koja je bila korištena u ovom istraživanju bila poprilično specifična (odnosila se na podizanje cijene parkinga na jednom sveučilištu) tako da je upitno koliko je nalaze ovog istraživanja moguće generalizirati.

Također je bitno spomenuti da pri provedbi istraživanja nije napravljena rotacija korištenih mjernih instrumenata, kojom se izbjegava efekt kontrasta. Tako je evaluacija govornika na raznim česticama (kontroli, samokontroli, autoritativnosti itd.) mogla ovisiti i o procjeni prijedloga koji se zagovara u tekstu.

Ono što bi također mogao biti nedostatak ovog istraživanja mogao biti jest i način prezentiranja podražajnog materijala, odnosno to što ispitanicima govor nije bio predstavljen u audio ili video verziji, već u pisanoj verziji. Od samih početaka istraživanja moći govornog stila, istraživači su izbjegavali korištenje audio ili audiovizualnog materijala te su pribjegavali

korištenju pisanog materijala. Najčešći razlog za to bile su poteškoće u produciranju valjanih manipulacija korištenjem audio ili audio vizualnih materijala (Sparks i Areni,1997). Kako Bradac i Mulac (1984a) navode, snimke sadrže određen šum, koji je uzrokovan idiosinkratničnim aspektima kvalitete glasa, intonacije itd. i varijacijama u vokalnoj prezentaciji od jedne verzije poruke do druge. Korištenjem pisanih materijala može biti povećana unutarnja valjanost istraživanja, ali s druge strane, vanjska valjanost može biti narušena. Nekoliko istraživanja bavilo se uspoređivanjem rezultata dobivenih korištenjem pisanih i audio te audiovizualnih materijala te se pokazalo da su utjecaji moći govornog stila neovisni o načinu prezentacije (O'Barr, 1982; Wright i Hosman, 1987; Sparks i Areni,1998; Sparks i Areni, 2008). Autori su zaključili da odgovori ispitanika nisu artefakt glasa, naglaska, intonacije ili specifičnosti korištenih snimki, već su uzrokovane moćnim i nemoćnim karakteristikama stila (Wright i Hosman, 1987). Iako je u istraživanjima dobiveno da ne postoje razlike u evaluacijama govornika s obzirom na način prezentiranja materijala, isti rezultati nisu dobiveni kad je kao mjera uključena i persuazija, odnosno stav prema onom što se zagovara u tekstu. Prema Gibbonsu i sur. (1991) istraživanja koja se bave proučavanjem persuazije i procesiranjem informacija pokazuju da modalitet može biti kognitivna determinanta koja uvelike utječe na procjene tj. da modalitet utječe na stupanj razumijevanja sadržaja poruke i naglašenost sadržaja poruke. Kako autori navode, korištenjem pisanog materijala ispitanici imaju priliku pažljivije procesirati argumente (mogućnost boljeg grupiranja informacija, vlastiti tempo čitanja, vraćanje na tekst itd.), koji posljedično onda mogu imati utjecaj na procjenu prijedloga, za razliku od moći govornog stila, na kojoj više nije toliki naglasak. Osim toga, navodi se da atributi poput moći govornog stila mogu biti manje distraktirajući kad se koriste pisane verzije. S druge strane, korištenjem audio ili audiovizualnog materijala povećava se naglašenost govornikovih karakteristika, što u prvi plan dovodi i govorni stil, koji ona može imati znatno veći utjecaj od korištenih argumenata. Istraživanja koja su se bavila usporedbom persuazije s obzirom na korištenje različitih modaliteta prezentiranja vrlo su rijetka te gotovo da ih ni nema. Neka od istraživanja u kojima se istraživao taj problem (Sparks i Areni, 1998) potvrđuje pretpostavke Gibbonsa i sur. (1991), odnosno potvrđuje da razlike u persuaziji s obzirom na moć govornog stila postoje u situaciji slušanja, ali ne i u situaciji čitanja. S druge strane, u istraživanju koje su isti autori proveli 2008. rezultati nisu bili isti. Naime, pokazalo se da moć govornog stila nije imala utjecaj na persuaziju s obzirom na pisani, odnosno audiovizualni materijal. Kao što je vidljivo iz ovih nalaza, rezultati istraživanja koja se bave utjecajem modaliteta prezentiranja na persuaziju nisu konzistentni te bi buduća istraživanja

trebala staviti fokus upravo na usporedbu rezultata utjecaja moći govornog stila, a i snage argumenata s obzirom na modalitet prezentiranja materijala.

Potencijalno bitan podatak na koji nije obraćena pozornost u ovom istraživanju, kao ni u jednom od prethodno provedenih istraživanja utjecaja moći govornog stila i snage argumenata na evaluaciju govornika i persuaziju, a posebice na persuaziju jest i upoznatost s temom govora ili poruke. Naime, sami Petty i Cacioppo (1985) navode ovu varijablu kao bitnu kad se istražuje persuazija, a isto navode i Gibbons i sur. (1991). Prema njima, upoznatost s temom mogla bi uvelike utjecati na slaganje s prijedlogom budući da ispitanici moraju uložiti puno veći napor za generiranje argumenata u situaciji neupoznatosti s temom. Ovu varijablu bi stoga trebalo uvrstiti u buduća istraživanja kako bi se dobila jasnija slika o djelovanju snage argumenata i moći govornog stila na persuaziju i evaluaciju. Osim toga, važnost za procjene govornika i teme ima i relevantnost teme, za koju niz istraživanja potvrđuje da ima utjecaj na procesiranje informacija. Naime, u situaciji kad je tema relevantna pokazuje se da argumenti imaju puno veći utjecaj na prosudbe, dok se utjecaj heuristika uvelike smanjuje (npr. moć govornog stila). S druge strane, kad je ispitanicima tema irelevantna, ulažu manje napora u procesiranje te se uvelike oslanjaju na stil, a ne na argumente(Gibbonsi sur., 1991).

Jedan od većih nedostataka ovog, ali i većine ostalih istraživanja koja su se bavila ispitivanjem moći govornog stila, jest neuzimanje u obzir konteksta u kojem se određeni stil ispituje. Zdravorazumski je za pretpostaviti da se određeni govorni stil neće jednako vrednovati u različitim situacijama. Kontekstualna varijabla koja je bitna za proučavanje u ovom polju jest i formalnost situacije. Utjecaj formalnosti situacije ispitivan je manipulacijom raznih varijabli. Učestalo istraživana varijabla bila je i leksička raznolikost. Neka istraživanja su tako pokazala da se u formalnim situacijama očekuje korištenje leksički raznolikijeg stila te da korištenje kolokvijalizama i gramatičkih pogreški djeluje nepovoljno na prosudbe govornika (Joos, 1967; prema Cargile i Bradac, 2001). Bradac, Lonsky i Davies (1976) u svom istraživanju su dobili da korištenje poruke koja je bila visoko na leksičkoj raznolikosti u neformalnoj situaciji dovodni do najpovoljnijih evaluacija govornika, dok su poruke koje su bile nisko na leksičkoj raznolikosti u formalnoj situaciji bile procijenjene najnegativnije. Ostale kombinacije leksičke raznolikosti i formalnosti padale su između ove dvije navedene. Osim leksičke raznolikosti, utjecaj formalnosti ispitivan je i kod manipulacije brzine govora. U istraživanju Streeta i Brady-ja (1982) govornikova socijalna atraktivnost i kompetentnost procijenjeni su najpovoljnije kad je brz govor bio korišten u neformalnom kontekstu, a najnepovoljnije kad je spor govor korišten u formalnom kontekstu. Prema nalazima ovih istraživanja, jasno je i da bi kontekst u istraživanjima moći govornog stila mogao isto djelovati na evaluacije govornika. Fragale

(2006) je tako nastojala ispitati postoje li situacije u kojima nemoćan stil može biti efektivan. Kontekstualni faktor koji je bio variran u njezinom istraživanju bila je međuzavisnost zadataka. Pretpostavljeno je da će moćan stil biti vrednovan u kontekstu u kojem se vrednuje individualizam (dominacija, neovisnost, kontrola vlastite okoline itd.), dok će nemoćni govornici biti pozitivnije evaluirani u kontekstima u kojima se vrednuju nesebičnost, briga, toplina itd. Nalazi istraživanja su i potvrdili ovu pretpostavku. Konkretnije, u okolini u kojoj su interakcija i suradnja bile norma, ispitanici su procjenjivali da će govornici koji koriste nemoćan govorni stil biti uspješniji, dok će oni koji koriste nemoćan stil biti procijenjeni nepovoljnije. U okolini u kojoj je autonomija bila percipirana kao norma obrazac je bio obrnut. Bradac i Mulac (1984) u svom su istraživanju varirali dojam koji govornik želi ostaviti (autoritativnost ili socijabilnost) te su utvrdili da je nemoćan stil doveo do nižih procjena za one koji su htjeli ostaviti dojam autoritativnosti, dok isto nije bio slučaj kad je cilj bio ostavljanje dojma socijabilnosti. Prema Kingu (2013) pri provođenju istraživanja koji se bave moći govornog stila treba uzeti u obzir i Teoriju formuliranja odnosa (engl. *relational framing perspective*) prema kojoj ljudi vide relacijske razmjene kroz okvir pripadanje-nepripadanje ili kroz dominaciju-submisivnost. Prema toj teoriji, ovisno o tome koji je okvir naglašeniji, poruke se interpretiraju drukčije. U Kingovom (2013) istraživanju, konzistentno s prijašnjim nalazima, utvrđeno je da, u slučaju kad je razmjena bila pod „okriljem dominantnosti“, govornici koji su koristili nemoćan stil bili su procijenjeni niže na dimenzijama dinamičnosti, kontrole nad drugima i superiornosti. Međutim, kad je u fokusu bila dimenzija pripadanja efekti su bili puno manje izraženi. Budući da je to jedino istraživanje koje je kao podlogu koristilo ovu teoriju, buduća istraživanja svakako bi bila poželjna.

Budući da je vidljivo da je uvelike bio zanemaren kontekst u kojem se poruka prenosi, nedostatak ovog istraživanja mogao bi biti i nenaglašavanje karakteristika govornika. Primjerice, možda bi bilo zanimljivo uvrstiti i varijablu dobi kako bi se vidjelo kako evaluacije variraju s obzirom na tu varijablu. Iako su neke od govornikovih karakteristika (primjerice spol) ispitivane u mnogim istraživanjima, nerealno je očekivati neutralnost poruke po pitanju tih karakteristika pa bi u budućim istraživanjima bilo poželjno specificirati pojedine govornikove karakteristike.

6. ZAKLJUČAK

1. Utvrđene su pozitivne korelacije između procjena prijedloga, odnosno persuazije te percepcije govornikove samokontrole, kontrole nad drugima, socijabilnosti i autoritativnosti, odnosno što su bile više procjene prijedloga, bile su i više procjene kontrole nad drugima, samokontrole, socijabilnosti i autoritativnosti. Također su utvrđene i pozitivne korelacije između socijabilnosti, autoritativnosti, kontrole nad drugima i samokontrole.

2. Procjene prijedloga razlikovale su se s obzirom na moć govornog stila, pri čemu je prijedlog bio procijenjen povoljnije u situaciji korištenja moćnog govornog stila, u odnosu na nemoćan stil. Osim toga, utvrđene su i razlike u procjenama s obzirom na potrebu za spoznajom, pri čemu su ispitanici koji su bili više na procjeni za spoznajom procjenjivali prijedlog povoljnije od onih koji su bili niže na procjeni za spoznajom. Procjene govornikove samokontrole također su se razlikovale s obzirom na moć govornog stila, pri čemu su komunikatori bili procijenjeni povoljnije na dimenziji samokontrole u situaciji korištenja moćnog govornog stila. Osim toga, procjene samokontrole razlikovale su se i s obzirom na snagu argumenata, pri čemu su ispitanici komunikatore procjenjivali više na dimenziji samokontrole u situaciji snažnih argumenata, u odnosu na situaciju slabih argumenta. Procjene kontrole nad drugima razlikovale su se također s obzirom na moć govornog stila, pri čemu je govornik bio procijenjen kao da ima veću kontrolu nad drugima u situaciji moćnog govornog stila. Utvrđene su i razlike s obzirom na snagu argumenata, pri čemu je govornik bio procijenjen više na dimenziji kontrole nad drugima u situaciji snažnih argumenata. Iako je utvrđen i interakcijski efekt moći govornog stila i potrebe za spoznajom, post- hoc testom se pokazalo samo da postoje razlike u procjenama kontrole nad drugima s obzirom na moć govornog stila, pri čemu je kod obiju skupina ispitanika (visoka i niska potreba za spoznajom) komunikator procijenjen povoljnije u situaciji moćnog stila. Procjene autoritativnosti razlikovale su se također s obzirom na moć govornog stila, pri čemu su govornici procijenjeni autoritativnijima u situaciji moćnog u odnosu na situaciju nemoćnog govornog stila. Također je utvrđen i interakcijski efekt moći govornog, međutim post- hoc testom nisu se utvrdile značajne razlike između pojedinih razina. Naposljetku, utvrđen je interakcijski efekt moći govornog stila i potrebe za

spoznajom na procjene socijabilnosti, međutim ni u ovom slučaju post- hoc test nije pokazao postojanje razlika između pojedinih razina.

7. LITERATURA

Areni, C. S. i Sparks, J. R. (2005). Language power and persuasion. *Psychology & Marketing, 22*, 507-525.

Berger, C. R. i Bradac, J. J. (1982) *Language and social knowledge*. London: Edward Arnold.

Blankenship, K. L., i Holtgraves, T. (2005). The role of different markers of linguistic powerlessness in persuasion. *Journal of Language and Social Psychology*, *24*, 3-24.

Bradac, J. J., Courtright, J. A., Schmidt i Davies, R. A. (1976). The effects of perceived status and linguistic diversity upon judgments of speaker attributes and message effectiveness. *Journal of Psychology, 93*, 213-20.

Bradac, J. J., Hemphill, M. R. i Tardy, C. H. (1981). Language styles on trial: Effects of "powerful" and "powerless" speech upon judgments of victims and villains. *Western Journal of Speech Communication*, *45*, 327-341.

Bradac, J. J. i Mulac, A. (1984). A molecular view of powerful and powerless speech styles: Attributional consequences of specific language features and communicator intentions. *Communication Monographs*, *51*, 307-319.

Bradac, J. J., & Mulac, A. (1984). Attributional consequences of powerful and powerless speech styles in a crisis-intervention context. *Journal of Language and Social Psychology, 3*(1), 1-19.

Bradac, J. J. i Street, R. L., Jr. (1989/1990). Powerful and powerless styles of talk: A theoretical analysis of language and impression formation. *Research on Language and Social Interaction*, *23*, 195-242.

Brown, B. L. (1980). Effects of speech rate on personality attributions and competency Evaluations. U H. Giles, W. P. Robinson i P. M. Smith (Ur..), *Language: Social psychological perspectives* (str. 293-300). Oxford, UK: Pergamon Press.

Cargile, A. C., Giles, H., Ryan, E. B., i Bradac, J. J. (1994) Language attitudes as a social process: a conceptual model and new directions. *Language and Communication*, *14*, 211–36.

Cargile, A. C. i Bradac J. J. (2001) Attitudes toward ganguage: A review of speaker-evaluation research and a General Process Model. *Annals of the International Communication Association*, *25* (1), 347-382,

Cacioppo, J. T. i Petty, R. E. (1982). The need for cognition. *Journal of Personality and Social Psychology, 42,* 16-131.

Cacioppo, J. T., Petty, R. C., Morris, K. J. (1983). Effects of need of cognition on message evaluation, recall and persuasion. *Journal of Personality and Social Psychology, 45* (4), 805- 818.

Clepper, A. D. (1992). An investigation of the evaluative consequences and persuasive impact of gender and hedges. Unpublished master's thesis, University of Southern Mississippi, Hattiesburg.

Chiu, C. Y., Krauss., R. M. (1997) U: D. Gilbert, S. Fiske i G. Lindsey (Eds.), *Handbook of social psychology 4*(2), 41-88.

Dennison, Christy L. (2006) *The Effect of Gender Stereotypes in Language on Attitudes Toward Speakers.* Master's Thesis, University of Pittsburgh. (Unpublished)

Durik, Amanda M., M. Anne Britt, Rebecca Reynolds and Jennifer Storey (2008). The Effects of Hedges in Persuasive Arguments: a Nuanced Analysis of Language. *Journal of Language and Social Psychology* 27: 217–34.

Erickson, B., Lind, E. A., Johnson, B. C. i O'Barr, W. M. (1978). Speech style and impression formation in a court setting: The effects of "powerful" and "powerless" speech. *Journal of Experimental Social Psychology*, *14*, 266-279.

Edwards, J. R. (1999) Refining our understanding of language attitudes. *Journal of Language and Social Psychology*, *18*, 101–10.

Edwards, J. R. (1982) Language attitudes and their implications among English speakers U E. B. Ryan i H. Giles (Ur.), *Attitudes towards language variation*. London: Edward Arnold.

Edwards, J. R. (1977) Students' reactions to Irish regional accents. *Language and Speech, 20*, 280–6.

Fishman, J. A., Cooper, R. L. I Newman, R. M. (1971). Bilinguism in the Barrio. *Language ccience monograms, 34*, 79- 93.

Fragale, A. R. (2006). The power of powerless speech: The effects of speech style and task interdependence on status conferral. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, *101*, 243-261.

Galindo, L., (1995). Language attitudes toward Spanish and English varieties: A Chicano perspective. *Hispanic Journal of Social Behavioral Sciences, 17*(1), 77- 99.

Gibbons, P., Busch, J. i Bradac, J. J. (1991). Powerful versus powerless language: Consequences for persuasion, impression formation, and cognitive responses. *Journal of Language and Social Psychology*, *10*, 115-133.

Giles, H., i Ryan, E. R. (1982). Prolegomena for developing a social psychological theory of language attitudes. U E. R. Ryan i H. Giles (Ur.), *Attitudes towards language variation: Social and applied contexts* (str. 208-223). London, NY: Edward Arnold.

Giles, H. I Billings, A. C. (2004). Assesing language attitudes: speaker evaluation studies U Davies, A. i Elder, C. *The handbook of Applied linguistics*, (str. 187- 209). Oxford: Blackwell

Haleta, L. L. (1996). Student perceptions of teachers' use of language: The effects of powerful and powerless language on impression formation and uncertainty. *Communication Education*, *45*, 16-28.

Holtgraves, T. i Lasky, B. (1999). Linguistic power and persuasion. *Journal of Language and Social Psychology*, *18*, 196-205.

Hopper, R. (1977). Language attitudes in the job interview. *Communication Monographs, 44*, 364-51.

Hopper, R. i Williams, F. (1973). Speech characteristics and employability. *Speech Monographs, 40*, 296- 302.

Hosman, L. A. (1997). The relationship between locus of control and the evaluative consequences of powerful and powerless speech styles. *Journal of Language and Social Psychology*, *16*, 70-78.

Hosman, L. A. (1989). The evaluative consequences of hedges, hesitations, and intensifiers: Powerful and powerless speech styles. *Human Communication Research*, *15*, 383-406.

Hosman, L. A. i Siltanen, S. A. (2011). Hedges, tag questions, message processing, and persuasion. *Journal of Language and Social Psychology*, *30,* 341-349.

Hosman, L. A. I Siltanen, S. A. (2006). Powerful and powerless language forms: Their consequences for impression formation, attributions of control of self and control over others, cognitive responses, and message memory. *Journal of Language and Social Psychology*, *25*, 33-46.

Hosman, L. A. i Siltanen, S. A. (1994). The attributional and evaluative consequences of powerful and powerless speech styles: An examination of the 'control over others' and 'control of self' explanations. *Language & Communication*, *14*, 287-298.

Hosman, L. A., Huebner, T. M. i Siltanen, S. A. (2002). The impact of power-of-speech style, argument strength, and need for cognition on impression formation, cognitive responses, and persuasion. *Journal of Language and Social Psychology*, *21*, 361-379.

Hosman, L. A. i Wright, J. W., II. (1987). The effects of hedges and hesitations on impression formation in a simulated courtroom context. *Western Journal of Speech Communication*, *51*, 173-188.

Hunt, J. M., Stevens, K. M., Chatterjee, A. Kernan, J. B. (1994) Socially Desirable Responses in the Measurement of Need For Cognition. *Advances in Consumer Research 21*, 543-546.

Hosman L. (2015) Powerful and Powerless Speech Styles and Their Relationship to Perceived Dominance and Control. U Schulze R., Pishwa H. (Ur.) *The Exercise of Power in Communication (221- 232)*. Palgrave Macmillan, London

Johnson, B., i Eagly, A. H. (1989). Effects of involvement on persuasion: A meta-analysis. *Psychological Bulletin, 106,* 290–314.

Johnson, B. T., Smith- McLallen, A., Killeya, L. A. I Levin, K. D. (2004). Truth or consequences: Overcoming resistance to persuasion with positive thinking U E. S. Knowles i J. A. Linn (Ur.), *Resistance and persuasion* (215- 233). Mahwall, NJ: Lawrence Erlbaum Associates

Kambuziya, A. Z., Momeni, N. (2009). Specifying power in language with introduction of new signs of power. *Intl. J. Humanities, 17* (1), 47-65.

King, M. L. (2013). Power of Speech Styles: A Relational Framing Perspective *Dissertations*. 677.

Lakoff, R. (1973). Language and woman's place. *Language in Society*, *2*, 45-80.

Lewis, D. (1995). Public speaking- source and force in history. *Today' s speech*, 3:4, 22-25.

Lambert, W. E., Hogdson, R., Gardner, R. C. i Fillenbaum, S. (1960). Evaluational reactions to spoken languages. *Journal of Abnormal and Social Psychology, 60*, 44- 51.

Luhman, R. (1990) Appalachian English stereotypes: language attitudes in Kentucky. *Language in Society*, 19,331–48.

Melander, L. (2003). Language attitudes: Evaluational reactions to spoken language. Independent thesis basic level. Falun, p. 27

Newcombe, N., i Arnkoff, D.B. (1979). Effects of speech style and sex of speaker on person perception. *Journal of Personality and Social Psychology, 37,* 1293-1303.

O'Barr, W. M. (1982). *Linguistic evidence: Language, power, and strategy in the courtroom.* New York, NY: Academic Press.

Parton, S. R., Siltanen, S. A., Hosman, L. A. i Langenderfer, J. (2002). Employment interview outcomes and speech style effects. *Journal of Language and Social Psychology*, *21*, 144-161.

Petty, R. E., Cacioppo, J. T., Strathman, A. J. i Priester, J. R. (2005). To Think or Not to Think: Exploring Two Routes to Persuasion U T. C. Brock i M. C. Green (Ur.), *Persuasion: Psychological insights and perspectives* (81-116). Thousand Oaks, CA, US: Sage Publications, Inc.

Pišković, T. (2016). Perpetuiranje rodnih stereotipa u hrvatskim rječnicima. *Romanoslavica* LII /2: 343- 364.

Potter, J. i Wetherell, M. (1987). *Discourse and social psychology.* London: Sage.

Ryan, E. B., Giles, H., Sebastian, R. J. (1982). An integrative perspective for the study of attitudes towards language variation. London: Edward Arnold

Sadowski, C. J. (1993) An Examination of the short Need for cognition scale, *The Journal of Psychology: Interdisciplinary and Applied, 127*(4), 451-454

Sparks, J. R. i Areni, C. S. (2008). Style versus substance: Multiple roles of language power in persuasion. *Journal of Applied Social Psychology*, *38*, 37-60.

Sparks, J. R., Areni, C. S. i Cox, K. C. (1998). An investigation of the effects of

language style and communication modality on persuasion. *Communication Monographs*, *65*, 108-125.

Vlahek, I. (2008). *Samoefikasnost, potreba za spoznajom i učinak na testu iz statistike*. Diplomski rad. Zagreb: Odsjek za psihologiju Sveučilišta u Zagrebu.

Wiley, M. G. i Eskilson, A. (1985). Speech style, gender stereotypes, and corporate success: What if women talk more like men? *Sex Roles*, *12*, 993-1007.

Williams, F., Whitehead, J. L., i Miller, L. (1972). Relations between attitudes and teacher expectancy. *American Educational Journal, 9*, 263- 77

Wright, J. W., II. i Hosman, L. A. (1983). Language style and sex bias in the courtroom: The effects of male and female use of hedges and intensifiers on impression formation. *Southern Speech Communication Journal*, *48*, 137-152.

Wood, J. T. (1994). Communication, gender and culture. Belmount, CA:Wadsworth, Inc., 137- 148.

Wood, W. i Quinn, J. M. (2003). Forewarned and forearmed? Two meta-analytic syntheses of forewarning of influence appeals. *Psychological Bulletin, 129,* 119–138.

Zahn, C. J. i Hopper, R. (1985). Measuring language attitudes: The speech evaluation instrument. *Journal of Language and Social Psychology*, *4*, 113-123.

8. PRILOG

Tablica 1 Rezultati konfirmatorne faktorske analize i analize pouzdanosti tipa unutarnje konzistencije za mjeru persuazije (N= 312

čestice	riF	rit
1. Štetan/koristan prijedlog	**.86**	.80
2. Loš/dobar prijedlog	**.90**	.83
3. Budalast/mudar prijedlog	**.74**	.69
4. Nepovoljan/povoljan prijedlog	**.65**	.61
5. Ne slažem se/slažem se s prijedlogom	**.75**	.69
Svojstvena vrijednost	3.02	
% objašnjene zajedničke varijance	61.6	
Cronbach α		.88

Tablica 2 Rezultati konfirmatorne faktorske analize i analize pouzdanosti tipa unutarnje konzistencije za mjeru samokontrole (N= 312)

čestice	riF	rit
1. Staložen	**.56**	.60
2. Samouvjeren	**.74**	.74
3. Samokontroliran	**.65**	.69
4. Planirana komunikacija	**.87**	.75
5. Strateška komunikacija	**.88**	.77
6. Prikladna komunikacija	**. 67**	.68
7. Namjerna komunikacija	**. 75**	.66
Svojstvena vrijednost	3.82	
% objašnjene zajedničke varijance	55.3	
Cronbach α		.90

Tablica 3 Rezultati konfirmatorne faktorske analize i analize pouzdanosti tipa unutarnjekonzistencije za Skalu kontrole nad drugima (N= 312)

čestice	r_{iF}	r_{it}
1. Efikasan vođa	**.73**	.48
2. Utjecaja	**.84**	.62
3. Dominantan	**.81**	.74
4. Manipulativan	**.41**	.48
5. Tiranin	**.33**	.40
Svojstvena vrijednost	2.18	
% objašnjene zajedničke varijance	43.6	
Cronbach α		.76

Tablica 4 rezultati konfiramtorne faktorske analize za Evaluativnu skalu (N=312)

čestice	r_{iF1}	r_{iF2}
1. Moćan	**.85**	.07
2. Autoritativan	**.85**	.14
3. Dominantan	**.85**	.05
4. Snažan	**.82**	.17
5. Inteligentan	**.52**	.44
6. Kompetentan	**.67**	.44
7. Ugodan	**.**18	**.79**
8. Dopadljiv	.23	**.82**
9. Druželjubiv	.03	**.83**
10. Prijateljski nastrojen	.04	**.71**
11.Brz	**.56**	.09
12.Aktivan	**.73**	.09
13. Agresivan	**.33**	-.35
Svojstvena vrijednost	4.5	2.48
% objašnjene zajedničke varijance	50.0	62.0

Tablica 5 Rezultati analize tipa unutarnje pouzadnosti za Evaluativnu skalu (N= 312)

subskale	čestice	rit
autoritatvnost	moćan	.78
	autoritativan	.79
	dominantan	.79
	snažan	.78
	inteligentan	.48
	kompetentan	.62
	brz	.56
	aktivan	.72
	agresivan	.28
	Cronbach α	.88
socijabilnost	ugodan	.72
	dopadljiv	.73
	druželjubiv	.77
	prijateljski nastrojen	.65
	Cronbach α	.87

Tablica 6 Rezultati konfirmatorne faktorske analize i pouzdanosti tipa unutarnje konzistencije za Skalu potrebe za spoznajom (N= 312)

čestice	r_{iF}	r_{it}
1. Više volim složene nego jednostavne zadatke.	**-.55**	.51
2. Volim biti odgovoran/odgovorna za rješavanje situacije koja zahtijeva puno razmišljanja.	, **-.55**	.50
3. Razmišljanje nije moj način zabave.	**-.53**	.48
4. Radije radim nešto što zahtijeva malo razmišljanja nego nešto što će Sigurno predstavljati izazov za moje sposobnosti razmišljanja	**-.56**	.52
5.Nastojim predvidjeti i izbjeći situacije u kojima je velika vjerojatnost da ću o nečemu morati temeljito razmišljati	**-.55**	.51
6. Zadovoljstvo mi je naporno i dugotrajno razmišljati.	**-.56**	.53
7. Razmišljam samo onoliko koliko moram	**-.61**	.56
8. Draže mi je razmišljati o malim, dnevnim zadacima, nego dugotrajnima	**-.56**	.52
9. Volim zadatke koji, jednom kad ih svladam, zahtijevaju malo razmišljanja.	-.27	.25
10. Privlači me ideja o oslanjanju na razmišljanje kako bih ostvario svoj put k Uspjehu	**-.56**	.50
11. Doista uživam u zadatku koji uključuje pronalaženje novih rješenja.	**-.63**	.58
12. Učenje novih načina razmišljanja ne veseli me previše.	**-.64**	.60
13.Sviđa mi se da je moj život ispunjen izazovima koje trebam rješavati.	**-.53**	.49
14. Ideja o apstraktnom razmišljanju mi je privlačna.	-.48	.45
15. Draži bi mi bio zadatak koji je intelektualan, težak i važan od zadatka koji Je donekle važan, ali ne zahtijeva mnogo razmišljanja.	**-.50**	.46
16. Kad završim zadatak koji je zahtijevao mnogo mentalnog napora, osjećam Olakšanje prije nego zadovoljstvo.	-.39	.35
17. Dovoljno mi je da je nešto dovelo do obavljanja posla, a kako i zašto to djeluje, nije me briga	**-.55**	.52
18.Čak i kad me neke teme ne pogađaju osobno, obično se zateknem kako razmišljam o njima.	-.21	.18
Svojstvena vrijednost	4.96	
% objašnjene zajedničke varijance	27.58	
Cronbach α		.86

Tablica 7 Prikaz rezultata Bonferroni post- hoc testa za testiranje razlika na varijabli socijabilnosti s obzirom na moć govornog stila i potrebu za spoznajom (N= 312).

	Stil	Potreba za spoznajom			
S			1	2	3
1	Nemoćan	Niska			
2		Visoka	0,58		
3	Moćan	Niska	0,76	1,00	
4		Visoka	1,00	0,10	0,15

* - statistički značajno na razini od 5%; ** - statistički značajno na razini od 1%

Tablica 8 Prikaz rezultata Bonferroni post- hoc testa za testiranje razlika na varijabli autoritativnosti s obzirom na moć govornog stila i potrebu za spoznajom (N= 312).

	Stil	Potreba za spoznajom			
S			1	2	3
1	Nemoćan	Niska			
2		Visoka	0,06		
3	Moćan	Niska	0,00**	0,00**	
4		Visoka	0,00**	0,00**	0,58

* - statistički značajno na razini od 5%; ** - statistički značajno na razini od 1%

Tablica 9 Prikaz rezultata Bonferroni post- hoc testa za testiranje razlika na varijabli kontrole nad drugima s obzirom na moć govornog stila i potrebu za spoznajom (N= 312).

	Stil	Potreba za spoznajom			
S			1	2	3
1	Nemoćan	Niska			
2		Visoka	0,60		
3	Moćan	Niska	0,02*	0,00**	
4		Visoka	0,00**	0,00**	1,00