

Non-conscious goal activation in the broader perspective of a social priming

Neuvedomovaná aktivácia cieľov v širšej perspektíve sociálneho primingu

Pavol KAČMÁR, Ladislav LOVAŠ

Katedra psychológie, Filozofická fakulta, Univerzita Pavla Jozefa Šafárika
v Košiciach

Poznámky: Korešpondenčný e-mail: pavel.kacmar@upjs.sk

Príspevok je podporený grantovým projektom VEGA 1/0924/15 Procesy
sebaregulácie v dosahovaní distálnych cieľov.

Ďakujeme anonymným recenzentom za podnetné pripomienky.

Citation: Kačmár, P., & Lovaš, L. (2018). Nonconscious goal activation in the broader perspective of social priming. [Neuvedomovaná aktivácia cieľov v širšej perspektíve sociálneho primingu] *Ceskoslovenska Psychologie*, 62(1), 75-91.

Abstract

Our daily life is directed by goals. Furthermore, emerging ample body of evidence indicates that goals can be activated non-consciously (Förster, Liberman, & Friedman, 2007) and influence our behavior (Weingarten et al., 2016). However, not necessarily in all circumstances. Therefore, the main aim of the present review is to critically examine the present state of the art of the goal activation from the broader perspective of the social priming literature and current non-replication crisis. The authors argue that such perspective is for the narrower field of goal activation research potentially fruitful. Thus, besides discussing chosen shortcomings, the attention is mainly focused on the depiction of the issue that can help move goal activation research into the new phase – summarization, systematization and potential integration of the complexness of the process of the activation of mental representations and their automatic usage in goal-directed social behavior. In particular, „selfishness“ of goals (Huang & Bargh, 2014), their role as mediators between stimulus and behavior (Weingarten et al., 2016); further role of important moderators (Weingarten et al., 2016); broader self-concept (Wheeler et al., 2007); dynamically simulated responses (Smith & Mackie, 2016); motivational relevance (Eitam & Higgins, 2010); computation of available social resources (Cesario & Jonas, 2014), as well as the a role of misattribution and the focus of attention in the broader situational inferences (Loersch & Payne, 2011) are discussed and summarized, analyzing their contribution to the issue. Furthermore, potential deeper level integration introduced by Schröder and Thagard (2013) is proposed and critically examined in the present goal related context. Moreover, three other potentially fruitful research perspectives are depicted.

Keywords: social psychology, goal-directed behavior, non-conscious goal activation, priming; social priming

ÚVOD

V tejto prehľadovej štúdií sa pokúsime priblížiť problematiku neuvedomovanej aktivácie cieľov v širšom kontexte výskumu sociálneho primingu a jeho súčasnej krízy. Dôvodom výberu tejto problematiky nie je len jej aktuálnosť, ale aj relevantnosť. Diskusia o nej totiž nemá iba rozmer *akademickej dišputy* o aktuálnom stave sociálno-psychologického poznania (Molden, 2014; Stangor & Lemay, 2016). Má rozmer i *individuálne pragmatický*, keďže sa dotýka každodenného života jednotlivcov v rozmanitých oblastiach, ako je napr. konzumácia nezdravého jedla, alebo študentská motivácia (Weingarten et al., 2016). Okrem toho má však taktiež rozmer *celospoločenského charakteru*, keďže sa dotýka jadra otázky existencie slobodnej vôle (Baumeister & Bargh, 2014), viera v ktorú má mnoho dôležitých konzekvencií v širšom meradle (Baumeister & Brewer, 2012).

Hlavným cieľom, a preto i potenciálnym prínosom tejto prehľadovej štúdie, je prediskutovanie a systematizácia toho, čo má podľa nás najväčší potenciál posunúť výskum aktivácie cieľov do novej etapy. Popri zlepšení metodologických aspektov ide predovšetkým o teoretické ukotvenie problematiky v podobe objavujúcich sa modelov sociálneho primingu novej generácie. Tieto sa však nebudeme snažiť konfrontovať v zmysle hľadania „toho jediného správneho modelu“. Namiesto toho bude naším zámerom zdôrazniť komplexnosť, ktorou sféra výskumu aktivácie mentálnych reprezentácií v kontexte na cieľ orientovaného správania sociálneho charakteru oplýva a práve ju systematizovať a konfrontovať s klasickými prístupmi. Treba však povedať, že si nečiníme nárok na úplnosť. Okrem toho si nečiníme nárok ani na to, aby šlo o extenzívnu teoretickú štúdiu, prinášajúcu nový pohľad na základne mechanizmy. Napriek tomu však cítime potrebu pokúsiť sa aspoň načrtnúť to, aké procesy by tu mohli byť podstatné, ako aj to, čo za nimi môže stáť na hlbšej úrovni analýzy. Okrem toho záverom načrtneme „slepé škvvrny“ výskumu, v podobe troch perspektív, ktorými

by sa výskum aktivácie cieľov mohol uberať okrem tej, na ktorú primárne zameriame svoju pozornosť. Začneme však tým, ako je v sociálnej psychológii chápaný cieľ.

CIEĽ A JEHO AKTIVÁCIA

Napriek tomu, že možno *konštrukt cieľa* konceptualizovať rôznymi spôsobmi, definícia, ktorej rôzne aspekty rezonujú výskumnou literatúrou už takmer 50 rokov (Fischbach & Ferguson, 2007) ho chápe ako „*vnútornú reprezentáciu želaných stavov*“ (Austin & Vancouver, 1996; str. 338), či, špecifickejšie, ako „*kognitívnu reprezentáciu želaných koncových bodov, ovplyvňujúcu hodnotenia, emócie a správanie*“ (Fischbach & Ferguson, 2007; str. 491).

Z koncepčného hľadiska je tu dôraz kladený na dva hlavné aspekty (Papies & Aarts, 2016): a) cieľ je zložený z kognitívnej reprezentácie určitého dôsledku, ako aj správania k nemu vedúceho, ktoré slúžia ako *referenčný rámec pre následné konanie* a ktoré úzko súvisia s už vytvoreným návykom; b) táto mentálna reprezentácia je spätá s pozitívnym afektom, slúžiacim ako *referenčný rámec pre samotnú túžbu o jeho dosiahnutie*.

To poukazuje na to, že cieľ reprezentuje konštrukt, ktorého charakter je tak *motivačný* (transformácia chcenia do dosahovania), ako aj *kognitívny* (mentálna reprezentácia podliehajúca pravidlám, riadiacim dostupnosť informácii v mysli) a tieto dve sféry v sebe integruje, stojac tak na pomedzí jedinca a jeho prostredia, a tvoriac medzi nimi pomyselné spojivo (Moskowitz & Grant, 2009).

Fischbachová a Fergusonová (2007) však v daných súvislostiach upozorňujú, že bez ohľadu na to, ako explicitne je tento kognitívny rozmer v jednotlivých definíciách zdôraznený, prináša dôležité implikácie. Jednou z nich je, že keďže ciele, ako pamäťová štruktúra, fluktuujú vo svojej dostupnosti v mysli - v čase a naprieč situáciami (Fischbach & Ferguson, 2007), môžu byť aktivované (Förster, Liberman, & Friedman, 2007), ovplyvniac

tak správanie jedinca (Weingarten et al., 2016). Možno sa tu pritom opierať o princípy, poukazujúce na to, že bol skutočne aktivovaný motivačný konštrukt (Förster et al., 2007).

Ako uvádzajú Förster et al., (2007), medzi tieto princípy patrí napr. to, že ak sa k realizácii cieľa jedinec približuje, dochádza k nárastu motivácie a jeho dostupnosti; pokiaľ je však tento cieľ dosiahnutý, dochádza k ich poklesu. Okrem toho, dôsledky aktivácie cieľa súvisia s hodnotou, dosiahnuteľnosťou, s inhibíciou konfliktných cieľov a sebakontrolou, a sú moderované takými aspektami, ako sú equifinalita a multifinalita. To preto, že ciele tvoria sústavu vzájomne prepojených jednotiek. Tá je tvorená tak nadradenými, ako aj podradenými cieľmi. Systematizujú rôzne prístupy k cieľom napr. Unsworthová, Yeo, & Beck, (2014) vymedzujú štyri úrovne – úlohy, ciele, identity a hodnoty. Keďže sú v rámci výskumu cieľov a ich aktivácie preskúvané predovšetkým prvé dve úrovne, zameriame sa práve na ne.

V problematike na cieľ orientovaného správania mal ešte donedávna výsostný primát predovšetkým výskum toho, ako si jedinec ciele vedome volí a dosahuje. Prvé štúdie, poukazujúce na to, že ciele môžu byť nevedome aktivované boli uverejnené až na prelome milénia (napr. Bargh, Gollwitzer, Lee-Chai, Barndollar, & Trotschel, 2001). Odvtedy sa tento výskum značne rozrástol. Ilustruje to napr. nedávna meta-analýza Weingartena et al., (2016), ktorá pracovala s 352 indexami veľkosti vplyvu (effect size) naprieč 133 experimentami 84 príspevkov. Výsledky tejto štúdie ukázali, že nenápadné vystavenie účastníkov výskumu slovám, súvisiacich s cieľom, alebo príslušnou aktivitou, má skutočne dôsledky na ich správanie. Ide tu pritom síce o „malý, ale zato robustný efekt“, poukazujúci na „potenciálne implikácie v reálnom svete“ (Weingartena et al., 2016; str. 45). Cieľ, ako motivačný konštrukt, tento efekt v značnej miere medioval.

Napriek tomu, že sa ukazuje, že ciele možno za určitých okolností vytvoriť bez účasti vedomého zámeru a explicitného povedomia o tomto procese (tým, že je s neutrálnymi aktivitami spojený pozitívny afekt; Custers & Aarts, 2005), v tejto prehľadovej štúdií sa

zameriame na viac rozpracovanú tému, ktorou je aktivácia už jestvujúcich cieľov. Tu má dôležité postavenie predovšetkým už vytvorený návyk (Papies & Aarts, 2016). Zameriame sa na dôsledky implicitného charakteru, ktoré z takejto aktivácie plynú na *kognitívnej, afektívnej a behaviorálnej úrovni*.

Za možnosť tieto záležitosti skúmať vďaka výskum aktivácie cieľov prístupu, ktorý sa v sociálnej psychológii využíva už desaťročia. Jeho názov je „*priming*“ (Förster et al., 2007), respektíve „*sociálny priming*“ (Molden, 2014) a v nasledujúcej časti sa naň zamierame hlbšie.

SOCIÁLNY PRIMING, PRIMING V KOGNITÍVNEJ PSYCHOLÓGIÍ A OTÁZKA TOHO, ČO JE TU VLASTNE „NEVEDOMÉ“

V nadväznosti na to, čo už bolo povedané, možno v sociálnej psychológii *priming*, či presnejšie (keďže ide predovšetkým o výskumnú metódu) *efekt pôsobenia primingu*, konceptualizovať ako „*motivačné, kognitívne, afektívne a behaviorálne dôsledky zvýšenia miery dostupnosti daného konštruktú*“ (Fujita & Trope, 2014; str. 68) (v tomto kontexte cieľa, nemusí však ísť iba oň), a to s dôrazom na to, že k nemu došlo nepozorovanie a bez takých aspektov, ako je napr. povedomie o tomto vplyve a kontrola nad ním (Fujita & Trope, 2014).

Z procesného hľadiska tu pritom možno identifikovať štyri zložky (Eitam & Higgins, 2010): a) Ide o aktiváciu určitej mentálnej reprezentácie (cieľa, stereotypu a podobne). b) K tomu dochádza prostredníctvom prezentácie podnetov, ktoré s touto reprezentáciou úzko súvisia (môže ísť napr. o určité slová). c) Aktivovaná mentálna reprezentácia je následne daným jedincom automaticky využitá v sociálnom usudzovaní a správaní. d) K tomu dochádza bez toho, aby si účastníci informáciu, ktorá príslušnú mentálnu reprezentáciu aktivovala s dôsledkom jej pôsobenia spájali, alebo, aby ju zámerne využili.

Termín priming použil ako prvý Lashley (1951). Šlo o štúdiu, zameranú na to, ako sú v rámci pochopenia komplexnej vety počuté informácie udržané v pamäti. K tomu, ako je tento termín chápaný v súčasnej sociálnej psychológii sa však priblížili až Segal a Cofer, (1960) (citované podľa Wheeler, DeMarree, & Petty, 2014). Títo autori totiž spozorovali, že sa vystavenie určitým slovám prejavuje v nasledujúcej úlohe. Účastníci výskumu ich využívali s väčšou pravdepodobnosťou. Podľa Higginsa a Eitama (2014) však v rámci využívania primingu v sociálnej psychológii priniesol výrazný zlom až rozvoj výskumu sociálneho poznávania. Jeho cieľom bolo pre lepšie pochopenie toho, ako si tvoria ľudia dojmy o iných, nadviazanie na poznatky kognitívnej psychológie, v rámci ktorej sa rada výskumov zameriavala na šírenie sémantickej informácie a jej dôsledky (napr. pri interpretácií homoným).

Jednou z prvých štúdií tu bola práca Higginsa, Rholesa, a Jonesa, (1977). Ukázalo sa v nej, že účastníci posudzovali neutrálne prezentované správanie sa fiktívnej osoby, menom Donald, v závislosti od slov, súvisiacich s osobnostnými črtami (odvážny/tvrdohlavý), ktoré boli prezentované v zdanlivo nesúvisiacej úlohe predtým. Takéto využívanie viacerých a zdanlivo nesúvisiacich úloh (v rámci ktorých sú účastníci v prvej časti vystavení kľúčovým podnetom, zatiaľ čo sú v druhej merané dôsledky) sa v sociálnej psychológii časom nielen udomácnilo, ale zároveň pretavilo do spôsobu, ktorým možno skúmať rozmanité procesy, prebiehajúce automaticky (mimo sféry toho, čo je aktuálne uvedomované a preto zámerné a kontrolovateľné). Postupom času sa ťažisko takýchto štúdií presunulo zo sledovania dôsledku v sociálnom poznávaní na samotné správanie (vid' napr. Bargh, Chen, & Burrowsová, 1996). Dôsledkom bolo mnoho zistení, ktoré boli značne kontroverzné, v dôsledku čoho sa mnoho štúdií začalo namiesto skúmania toho, čo tu stojí v pozadí, zaoberať manifestáciou toho, že tento „fenomén - priming“ skutočne existuje (Higgins & Eitam, 2014) a priming sa tak stal,

ako to trefne pomenúvajú Higgins a Eitam, (2014), „hlavnou hviezdou“, namiesto „pomocníka“, stojaceho v úzadí metodologického zákulisia.

Napriek spomenutej inšpirácii kognitívnou psychológiou je však medzi primingom v súčasnej sociálnej a kognitívnej psychológii rozdiel tak na *metodologickej*, ako aj *konceptnej* úrovni, na ktorý je, podľa našej mienky, potrebné explicitne upozorniť.

Z konceptného hľadiska je nevyhnutné zdôrazniť predovšetkým to, že sociálny priming a priming v kognitívnej psychológii vychádzajú z rôznych východísk (Bargh, 2016) a klasické explanačné rámce šírenia sémantickej aktivácie kognitívnej psychológie tu kvôli komplexnosti determinácie sociálneho správania nemusia postačovať (Doyen, Klein, Simon, & Cleeremans, 2014). To úzko súvisí so samotným prístupom ku kognícií v týchto disciplínach. Ako zdôrazňuje jeden zo zakladateľov výskumu primingu v sociálnej psychológii, J. Bargh, kognícia podľa neho „nemá až tak zmysel, spočívajúci vo vytváraní modelov sveta, ako skôr zmysel pre samotné konanie“ (Bargh, 2014; str. 210).

Navyše, okrem toho, že možno vymedziť rôzne druhy primingu, ako je *evaluačný priming* (aktivácia založená nie na základe sémantickej podobnosti, ale na základe zdieľanej positivity/negativity), alebo *procedurálny priming* (aktivácia určitých mentálnych procesov ich predošlým využitím), v kontexte tejto práce je z *metodologického hľadiska* potrebné zdôrazniť predovšetkým to, že zatiaľ čo je v kognitívnej psychológii často využívaný tzv. *subliminálny (podprahový) priming* (z latinského *limin*, znamenajúceho prah), v sociálnej psychológii je využívaný prevažne (nie však výlučne) *supraliminálny (nadprahový) priming* (Doyen et al., 2014). Podprahový priming spočíva v prezentácii podnetov, ktorých trvanie je tak krátke, že nevstúpia do vedomia. Naproti tomu, ako to bolo ilustrované na štúdiu Higginsa, Rholesa, a Jonesa, (1977), nadprahový priming pracuje s využitím viacerých zdanlivo nesúvisiacich úloh.

Z hľadiska frekvencie využívania týchto druhov primingu v rámci sociálnej psychológie napr. Weingarten et al., (2016) uvádzajú, že v rámci nimi analyzovaných štúdií využilo podprahový priming iba 28%. Zdôvodnením pre jeho využitie v sociálno-psychologickom výskume býva to, že nakoľko si účastníci neboli vedomí samotných podnetov, logicky si nemôžu byť vedomí ani ich vplyvu na úlohu, v rámci ktorej sú analyzované dôsledky. Napriek elegantnosti tohto zdôvodnenia však môžu byť s jeho využitím spojené aj určité úskalía. Doyen et al., (2014) napr. upozorňujú na to, že procedúry podprahového primingu v sociálnej psychológii často krát nespĺňajú štandardy, ktoré sú nevyhnutné pre ich využívanie v kognitívnej psychológii, a preto vedú k zovšeobecneniam, ktoré nie sú vždy plne opodstatnené. Tento problém však nie je jediný.

SÚČASNÉ PROBLÉMY VÝSKUMU SOCIÁLNEHO PRIMINGU A POTENCIÁLNE PERSPEKTÍVY, KTORÉ Z TOHO PLYNÚ PRE ZLEPŠENIU VÝSKUMU AKTIVÁCIE CIEĽOV

Výskum sociálneho primingu zažíva v súčasnosti krízu. Pozornosť výskumníkov (ale aj populárnej tlače) pritiahlo predovšetkým nepotvrdenie výsledkov klasických štúdií (napr. autorov Bargh, Chen, & Burrowsová, 1996; ale aj autorov Bargh et al., 2001) pri snahe o ich zopakovanie (tzv. *replikáciu*) (napr. Doyen, Klein, Pichon, & Cleeremans, 2012; Harris, Coburn, Rohrer, & Pashler, 2013). Dôvodov môže byť hneď niekoľko.

Jedným z nich môže byť spochybnenie existencie samotného javu (primingu), a to kvôli takým faktorom, ako je publikačné skreslenie (tzv. šuplíkový efekt). V rámci nedávnej meta-analýzy však poukázali Weingarten et al., (2016) iba na malú rolu, ktorú tu tento jav zohráva. Napriek tomu, že ide o aspekt, ktorému je, spolu s inými (napr. veľkosť vzorky a následná štatistická sila; či praktiky zberu a analýzy dát) podľa našej mienky nevyhnutné venovať náležitú pozornosť, sme presvedčení, že problém môže ležať aj niekde inde.

V prvom rade, napriek tomu, že možno nájsť početné povzbudenie k priamym replikáciám (zopakovaniu daného výskumu čo najpresnejšie) (napr. Simons, 2014), prikláňame sa k Stroebeovi, (2016), ktorý konštatuje, že priama replikácia v tomto kontexte v pravom zmysle slova nie je možná. Napriek rovnakej operacionalizácii pojmov a využitiu rovnakého podnetového materiálu tu totiž nevyhnutne dochádza k modifikácii premenených. Ide napr. o idiosynkratický význam, ktorý sa k slovám, využitým ako podnetový materiál viaže pre daného účastníka výskumu. S dôrazom na snahu o replikovanie štúdií sa preto plne stotožňujeme, to ale s akcentom na to, že nezopakovanie výsledkov pôvodnej štúdie tu nevyhnutne nemusí hovoriť iba o existencii, či neexistencii samotného javu, ale aj o jeho hraničných podmienkach (moderátoroch) a o tom, čo tu stojí v pozadí (mediátoroch) (Cesario & Jonas, 2014; Loersch & Payne, 2014).

Odpoveď na súčasnú krízu je preto podľa nášho názoru do značnej miery ukrytá v myšlienke, ktorú povedal J. Barghovi jeho skúsenejší kolega: “Zdá sa, že sa snažíte bežať tam, kde ste sa ešte nenaučili kráčať” (Bargh, 2006; str. 36). Bargh skutočne priznáva: „... naše empirické vedomosti výrazne predišli našu schopnosť porozumieť tomu a konceptualizovať to, o čo tu vlastne ide...” (Bargh, 2006; str. 147) a v súlade s tým tento autor, spolu s viacerými významnými autormi „sociálneho primingu“ (napr. Higgins & Eitam, 2014), odporúča posun do novej fázy výskumu, kde je nevyhnutné oprieť sa o relevantnú teóriu s dôrazom na zlepšovanie výskumných praktík (Dijksterhuis, 2014). Tu však treba mať zároveň na pamäti Baumeisterovo, (2016) upozornenie na nebezpečenstvo úplného zanevretia na exploratívny výskum, ktoré by, kvôli prílišne rigidnému zameraniu na konfirmačný výskum, mohlo ľahko nastať.

Dôvod, prečo sme na tieto problémy zamerali svoju pozornosť spočíva v našom presvedčení o potenciále, ktorý pre užšiu sféru výskumu aktivácie cieľov načrtnutá kríza výskumu sociálneho primingu nesie. Vo finálnej časti tohto príspevku sa preto od tejto

platformy odrazíme, zamerajúc sa na zmapovanie komplexnosti tejto problematiky, a to v kontexte objavujúcich sa modelov sociálneho primingu. Túto komplexnosť aktivácie mentálnych reprezentácií v na cieľ orientovanom správaní sociálneho charakteru sa v závere pokúsime systematizovať, a to prostredníctvom načrtnutia rámca, uchopujúceho procesy, ktoré tu môžu byť podstatné a následne integrovať prostredníctvom načrtnutia toho, čo za nimi môže stáť na hlbšej úrovni analýzy. Túto spletnú cestu začneme klasickými modelmi sociálneho primingu.

KLASICKÉ MODELY SOCIÁLNEHO PRIMINGU A EFEKT SPROSTREDKOVANÝ CIEĽMI

Prvotné modely sociálneho primingu stavali na premise, tvrdiacej, že pasívna aktivácia príslušnej sémantickej informácie automaticky vedie k správaniu. Príkladom je známy experiment Bargha, Chena, a Burrowsovej, (1996), v ktorom boli účastníci v experimentálnej podmienke prostredníctvom špecifických slov (napr. Florida, bingo, vrásky) vystavení stereotypu staroby. To, o čom ale títo účastníci nevedeli, bolo, že sa tu ako závislá premenná sledovala rýchlosť, ktorou kráčali chodbou pri odchode z experimentálnej miestnosti. Ukázalo sa, že tí, ktorí boli tomuto stereotypu vystavení, kráčali pomalšie než tí, ktorí mu vystavení neboli.

Výsledky tejto štúdie, ktorá je citovaná vyše 3700-krát (Google Scholar), sa však Doyenovi et al. (2012) nepodarilo potvrdiť. To aj napriek tomu, že využili pokročilejšiu technológiu a väčšiu vzorku (v druhom zo svojich experimentov tento efekt síce replikovali, no iba v podmienke, kde daný výsledok experimentátor očakával). Cesario, Plaks, a Higgins, (2006) však v svojej štúdii výsledky Bargha et al., (1996) potvrdili. Aktivácia stereotypu, súvisiaceho so starobou skutočne viedla k poklesu rýchlosti chôdze účastníkov. K tomu došlo ale iba u tých participantov, ktorí mali k starobe pozitívny postoj. Pokiaľ bol ich postoj

negatívny, došlo k opaku - zrýchleniu chôdze (konceptne konzistentné to bolo aj pri ďalšom stereotype, ktorým bola mladosť). Ba čo viac, následný experiment tejto štúdiu poukázal na to, že ide o dostupnosť, súvisiacu s cieľom viac, než iba so sémantickým konštruktom, nakoľko vykazuje typickú charakteristiku cieľa - inhibíciu po ukončení (Förster et al., 2007).

Tento vzorec výsledkov je konzistentný s ďalšími štúdiami. Bargh et al., (2001) napríklad, v jednom zo série dnes už klasických experimentov, vystavili účastníkov prostredníctvom osemsmerných slovám, súvisiacim s výkonom (napr. dosiahnuť, uspieť), alebo neutrálnym slovám. V neskoršej časti procedúry riešili účastníci ďalšie osemsmerné, pričom bolo závislou premenou to, koľko slov v nich našli. Výsledky tohto experimentu poukázali na to, že v prípade aktivácie výkonového cieľa našli účastníci viac slov, než v kontrolnej skupine. Takýto vzorec výsledkov sa v rámci ďalších experimentov tejto štúdie replikoval pri viacerých cieľoch, pričom vykazovali charakteristiky na cieľ orientovaného správania, ako je nárast po päť minútovom prerušení; či nepoľavenie pri prekážkach.

Huangová a Bargh, (2014) tieto a im podobné výsledky interpretujú prostredníctvom „sebeckosti“ aktivovaného cieľa. Ich *Model sebeckého cieľa*, na základe paralely s Teóriou sebeckého génu R. Dawkinsa z roku 1976 zdôrazňuje, že je cieľ autonómna motivačná štruktúra, ktorej hlavným programom je realizovať svoju agendu, a to aj na úkor „hostiteľa“ (človeka). Každý z cieľov jedinca teda môže „sebecky“ ovplyvniť to, ako jedinca vníma svet a následne sa v ňom správa, a to nie vždy v záujme jednotlivca ako celku.

Napriek podnetnosti tohto modelu sa však prikláňame k názorom, tvrdiacim, že s ním nemožno v neklinickej populácii plne súhlasiť. Empirická literatúra totiž poukazuje na komplexnejší vzorec výsledkov, na čo sa následne zameriame. Napr. Harris et al., (2013) výsledky primingu výkonu na správanie štúdie Bargha et al., (2001) (citovanej vyše 1800-krát; Google Scholar) nepotvrdili. Aktivovaný cieľ sa tu „sebecky“ nesprával. Otázkou však je, či bol skutočne aktivovaný. Harris et al., (2013) sa totiž snažili o čo najvernejšiu

replikáciu pôvodnej štúdie, čo sa prejavilo napr. tým, že prebrali slová, využité v štúdiu Bargha et al., (2001). Tieto podnety však bez ich pretestovania nemuseli fungovať aj pri inom výskumnom súbore (Loersch & Payne, 2014). To by vysvetľovalo, prečo sa nedostavil žiaden efekt. Nezodpovedanou však zostáva otázka, prečo tu boli priemery dokonca v opačnom smere.

ÚLOHA SELF-KONCEPTU, DYNAMICKOSŤ A SOCIÁLNY ROZMER TVORBY MENTÁLNEJ REPREZENTÁCIE

Pri hľadaní odpovede na túto otázku môže byť dôležitou štúdiá Chartrandovej, Daltonovej, a Fitzsimonsovej, (2007). V rámci nej boli účastníci vystavení podprahovému primingu mena osoby, ktorá bola kontrolujúcou a reprezentovala pre nich špecifický cieľ. Predošlé výskumy poukázali na to, že pri vystavení účastníkov relevantným blízkym osobám (nie nevyhnutne vo fyzickej podobe) účastníci výskumu ich ciele nevedome preberali (Fitzsimons & Bargh, 2003). To replikovala aj táto štúdia. Účastníci nevedome preberali ciele, ktoré boli dôležité pre ich relevantných blízkych. Tak tomu však nebolo u všetkých účastníkov. Niektorí z nich totiž vykazovali skôr cieľ, ktorý bol voči cieľu a prianiam kontrolujúcej osoby v opozícii. Následná analýza poukázala na to, že bol tento efekt moderovaný chronickou (dispozičnou) reaktanciou (tendenciou konať v opozícii voči iným). Účastníci, ktorí mali nízke miery reaktancie prijali cieľ inej osoby, zatiaľ čo osoby, majúce jej vysokú úroveň prijali cieľ, ktorý bol voči cieľom kontrolujúcej osoby v opozícii (Chartrand et al., 2007). To poukazuje na to, že aktivácia cieľov nie je tak priamočiara, ako by sa na prvý pohľad mohlo zdať, ale je vzťahovaná k self-konceptu jedinca. Práve to zdôrazňuje *Model aktívneho self* (Wheeler, DeMarree, & Petty, 2007; Wheeler et al., 2014).

Základná premisa tohto modelu tvrdí, že priming zvyšuje dostupnosť mentálnej reprezentácie daného sociálneho konceptu, čo ale následne ovplyvní aktívny self-koncept

jedinca. Pod ním sa rozumie reprezentácia self, ktorá je v danej chvíli aktívna a determinuje prežívanie a správanie (Wheeler et al., 2007; Wheeler et al., 2014).

Špecifickejšie možno vymedziť niekoľko čiastkových hypotéz (Wheeler et al., 2007; Wheeler et al., 2014): a) Správanie je determinované tými aspektami self, ktoré sú aktívne v self-koncepte v danej chvíli. b) Tento self-koncept sa však môže meniť v čase. c) Takúto zmenu môžu zapríčiniť externé podmienky prostredia, ako je aktivácia príslušného konceptu primingom. Keďže však môže priming aktivovať špecifické významy, jeho pôsobenie má výsostne idiosynkratický charakter. Preto, zmeny v aktívnom self-koncepte, ktoré sú s primingom v súlade, majú za následok aj správanie, ktoré je s primingom v súlade (tzv. *asimilácia*). Naproti tomu, zmeny v aktívnom self-koncepte, ktoré sú s primingom v rozpore, majú za následok správanie, ktoré je voči primingu opozitné (tzv. *kontrast*). d) Efekt primingu na správanie je navyše moderovaný tými aspektami situácie, ktoré ovplyvňujú využitie tohto seba-konceptu v príslušnom kontexte.

Tento model koncepčne potvrdzujú napr. výsledky meta-analýzy Shariffa, Willarda, Andersena, a Norenzayana, (2016), zameranej na to, či má priming súvisiaci s náboženstvom vplyv na správanie. Tá na vzorke 93 štúdií a vyše 11 608 účastníkov preukázala robustný efekt pôsobenia náboženského primingu vo všeobecnosti, ako aj vplyv na prosociálne správanie obzvlášť. To sa však nepreukázalo medzi účastníkmi, ktorí neboli náboženský založení a ktorí teda danú identitu nezdieľali. Napriek tomu ale tento model, podľa našej mienky, nezachytáva celé spektrum javov, ktoré by tu mohli byť kľúčové.

Cwir, Carrová, Walton, a Spencer, (2011) napr. uskutočnili dva experimenty, v rámci ktorých bol pri účastníkoch výskumu prítomný človek, ktorý potajme spolupracoval s výskumníkmi a mal špecifickú rolu. V jednom z experimentov sa pripravoval sa na stresujúcu udalosť (zapamätanie a prezentovanie informácií pred komisiou), pričom vykazoval úzkostné správanie; v druhom po dobu pár minút bežal. Výsledky poukázali na to,

že účastníci vykazovali vyššiu mieru stresu, meranú na škále, pri spolupracovníkovi, ktorý sa pripravoval na osobne stresujúcu udalosť; a vyššiu kardio-vaskulárnu aktivitu pri spolupracovníkovi, ktorý bežal. Účastníci teda psychologický a fyziologický stav svojich spoločníkov nevedome a automaticky prebrali. K tomu došlo ale iba v prípade, že sa participanti cítili byť s danou osobou psychologicky bližší.

To je v súlade s *Modelom RICOR* (Reprezentácia a inkorporácia odpovede blízkych) (Smith & Mackie, 2016). Ten je založený na dvoch základných premisách. Po prvé, ľudia tvoria implicitne a automaticky mentálne reprezentácie prežívania a správania sa iných (ich postoje, emócie a podobne), čo následne ovplyvňuje ich prežívanie a správanie. Po druhé, k tomu dochádza s väčšou pravdepodobnosťou u blízkych ľudí (členov príslušnej skupiny a priateľov - psychologická blízkosť je tu konceptualizovaná ako prienik medzi self a inými).

Napriek dôrazu na self je medzi týmto a predchádzajúcim modelom (a klasickými modelmi obzvlášť) možno nájsť určitý rozdiel. V prvom rade, priming tu neaktivuje pasívnu mentálnu reprezentáciu. Tá je totiž tvorená v danej chvíli na základe toho, ako by sa podľa toho, kto túto reprezentáciu tvorí, správal človek, ktorý predstavuje jej obsah. Druhým aspektom je to, že je mentálna reprezentácia toho, ako by sa daný človek v príslušnej situácii zachoval, založená na vedomostiach o ňom a z nich vyplývajúcich predpokladoch, nie však nevyhnutne na realite (Smith & Mackie, 2016). Napriek dôrazu na dynamickosť a sociálny rozmer, ktoré tu oceňujeme, však tento model opomína hlbšiu motivačnú rovinu a aktuálny stav jedinca.

AKTUÁLNY MOTIVAČNÝ STAV A ZVÁŽENIE INTERAKČNÝCH ZDROJOV

Ako totiž upozorňuje Bargh, (2016), výsledky štúdií pracujúcich s primingom nevznikajú vo vákuu, ale sú závislé na takých faktoroch, ako je aktuálny motivačný stav jedinca. Skutočne, napr. Velkamp, Aarts, a Custers, (2008) poukázali na to, že nápojovo deprivovaní účastníci

vykazovali väčšiu tendenciu piť v rámci domnelého a zdanlivo nesúvisiaceho ochutnávania, a to v prípade, že bol koncept pitia dostupnejší v dôsledku podprahového primingu.

Práve na mentálne reprezentácie a ich vnútornú dynamiku s dôrazom na aktuálny motivačný stav jedinca sa zameriava *Model relevancie aktivovaných reprezentácií (ROAR)* Eitama a Higginsa (2010, 2014). Základná premisa tohto modelu tvrdí, že aktivácia mentálnej reprezentácie (či už je stimulovaná zvonku - primingom, alebo vnútorne), predstavuje funkciu toho, do akej miery je daný koncept pre jedinca v príslušnej chvíli motivačne relevantný. Toto posúdenie je plne automatické a uskutočňuje sa ad hoc vždy vtedy, keď je daná reprezentácia stimulovaná, a to v citlivých časových rámcoch (Eitam & Higgins, 2014; Higgins & Eitam, 2014).

Tento model však stavia na špecifickom chápaní motivácie, ktorú konceptualizuje ako snahu o to byť efektívny na pozadí troch druhov relevancie. Tieto odpovedajú na otázky: *Prečo? (hodnota)*, *Čo? (pravda)* a *Ako? (kontrola)* v kontexte ľudského správania. Tieto tri druhy relevancie reprezentujú integritu motívov, reflektovanú v klasickej konceptualizácii integrovanej psychiky ako entity, zloženej z troch častí, ktorými sú *city*, *rozum* a *vôľa* (Cornwell, Franks, & Higgins, 2013). Konkretizované sú nasledovne: a) *Relevancia, založená na hodnote* reprezentuje to, do akej miery súvisí daná reprezentácia s tým, čo predstavuje želaný, alebo, naopak, neželaný dôsledok. b) *Relevancia, založená na pravde* reprezentuje to, do akej miery súvisí daná reprezentácia s tým, ako veľmi je informácia vnímaná ako pravdivá, či správna. c) *Relevancia, založená na kontrole* reprezentuje to, do akej miery súvisí reprezentácia s tým, akú veľkú ma jedinec kontrolu nad svojím prostredím.

Tieto kategórie podľa nás úzko súvisia s takými dimenziami cieľov, je ale potrebné zdôrazniť, že Eitam a Higgins, (2014) súhlasia s tým, že okrem relevancie založenej na hodnote (ktorú s konštruktom cieľa dokonca stotožňujú), môžu byť pod cieľ zahrnuté aj

ostatné dve aspekty (relevancia založená na pravde a kontrole), osobne však preferujú konceptualizáciu, chápaciu zvyšné dve relevancie ako samostatné kategórie.

Napriek svojmu dôrazu na komplexnosť a dynamiku motivačnej relevancie však možno i tento prístup rozšíriť o ďalšiu rovinu, ktorou sú interakčné ciele jedinca. Účastníci výskumu autorov Cesarioa, Plaksa, Hagiwarovej, Navarrete, a Higginsa, (2010), belosi, ktorí boli vystavení kategórii člena inej sociálnej skupiny v podobe tváre afro-američana vykazovali rôznu dostupnosť reprezentácii, súvisiacich s útekem alebo bojom, a to v závislosti od charakteru miesta, kde k tomu došlo. Pokiaľ boli počas pôsobenia primingu v uzavretej búde a mali tak obmedzené zdroje prostredia, vykazovali vyššiu mieru dostupnosti slov, súvisiacich s útokom, oproti účastníkom, ktorí boli v otvorenom priestore, umožňujúcom vzdialenie sa. Tí naopak vykazovali vyššiu mieru dostupnosti slov, súvisiacich s útekem.

V súlade s týmito zisteniami predpokladá *Model výpočtu zdrojov* (Cesario et al., 2010; Cesario & Jonas, 2014) to, že je dôsledok pôsobenia sociálneho primingu výsledkom procesov, majúcich sociálne-sebaregulačný charakter. Hlavným procesom je tu implicitné a automatické posúdenie toho, čo môže jedinec uskutočniť ako reakciu na iných po zvážení dostupných zdrojov. Tie možno vymedziť nasledovne a) *Zváženie sociálnych zdrojov* odpovedá na, to aké správanie by bolo možné a vhodne vykonať vzhľadom na prítomnosť iných. b) *Zváženie telových zdrojov* odpovedá na to, aké správanie je možné uskutočniť vzhľadom na telesné aspekty príslušného jedinca (subjektu), akými sú fyziológia a pozícia tela. c) *Zváženie štrukturálnych zdrojov* odpovedá na to, aké správanie je možné uskutočniť vzhľadom na štruktúru prostredia, a s tým súvisiace aspekty, ako je prítomnosť, či neprítomnosť určitých fyzikálnych objektov (Cesario et al., 2010). Od zvýšenej dostupnosti mentálnej reprezentácie k samotnému správaniu však môže viesť ešte dlhá cesta.

ŠIRŠÍ PROCES VYUŽITIA AKTIVOVANEJ MENTÁLNEJ REPREZENTÁCIE

Zvýšená dostupnosť mentálnej reprezentácie totiž podľa všetkého predstavuje iba vstup do komplexnejšieho výpočtového procesu. Dôležitými sa totiž ukazujú aj také faktory, ako to, komu je prisudzované autorstvo zdroja daných informácií.

Loersch a Payne, (2012) napr. uskutočnili štúdiu, v ktorej boli účastníci oboznámení s tým, že procedúra podprahového primingu, ktorej budú vystavení, povedie buď k tomu, že im v mysliach určité myšlienky vystanú s vyššou pravdepodobnosťou (externá atribúcia zdroja informácií), alebo, naopak, s nižšou pravdepodobnosťou (interná atribúcia zdroja informácií, pri ktorej účastníci pripisovali autorstvo obsahu sebe). V dvoch štúdiách sa následne ukázal vplyv podnetov v podmienke internej, nie však externej atribúcie.

Práve dôraz na komplexnejší proces, kde je okrem toho, *aké* myšlienky sú v danej chvíli aktivované, akcentované taktiež to, *komu/čomu* sú prisúdené a *kde* (v akom kontexte) ich možno aplikovať, ponúka *Model situačného usudzovania* (Loersch & Payne, 2011, 2014). Tento model postuluje niekoľko čiastkových hypotéz: a) Priming zvyšuje dostupnosť súvisiacich informácií v mysli, čoho dôsledkom je, že určité myšlienky vyvstávajú s väčšou pravdepodobnosťou. Tento faktor týkajúci sa dostupnosti mentálnych reprezentácií predstavuje síce nutnú, nie však postačujúcu podmienku. b) Aktivované myšlienky totiž musia byť následne chybné atribúované jedincom tak, aby bol presvedčený, že ide o jeho vlastné myšlienky. c) To, aký dôsledok bude takto chybné atribúovaná aktivovaná informácia mať však následne závisí až od konkrétnej situácie, v ktorej sa jedinec nachádza a v ktorej sa snaží zorientovať, implicitne a plne automaticky odpovedajúc na jednu z troch druhov otázok: a) „*Kto, alebo čo to je?*“ (priming zameraný na percepciu a sociálne usudzovanie), či už ide o inú osobu pri zameraní sa na to, aký je iný človek; vlastnú osobu - pri zameraní na to, aký som ja; alebo objekt, či situáciu pri zameraní sa na to, čo to je; b) *Čo chcem?*“ (priming cieľov) - pri zameraní na to, aká je moja súčasná motivácia; a c) *Čo*

spravím?“(behaviorálny priming) - pri zameraní sa na to, aké správanie by bolo v danej situácii vhodné.

PODKLAD NAČRTNUTEJ KOMPLEXNOSTI

Otázka toho, ako na hlbšej úrovni analýzy dochádza k automatickým procesom, ktorých komplexnosť sme sa snažili načrtnúť je však stále otvorená. Predbežnú, no o to viac podnetnú odpoveď tu môže ponúknuť kognitívne modelovanie s biologicky vierohodným ukotvením v podobne *Modelu výpočtu afektívnych významov automatického sociálneho správania sa* Schrödera a Thagarda (2013, 2014). Tento prístup pracuje s tromi základnými mechanizmami, vymedzenými naprieč rôznymi rovinami analýzy. Ide o *psychologickú rovinu* mentálnych reprezentácií, *sociálnu rovinu* kultúrne zdieľaných afektívnych významov a *biologickú rovinu*, zameriavajúcu sa na to, čo tvorí podklad mentálnych reprezentácií na neuronálnej úrovni.

Priming vyvolá v danej osobe aktiváciu určitého konceptu, ktorý ho v mysli reprezentuje. Ten je tvorený tzv. *sémantickými ukazovateľmi* - vzorcami aktivity populácie neurónov, kódujúcich a komprimujúcich informácie na viacerých úrovniach (od konceptuálnej úrovne, kódujúcej súvisiace abstraktné pojmy; cez emócie a prežitky s nimi späté na konkrétnejšej úrovni; až po súvisiace konkrétne vnemy na senzorickej úrovni). Tento koncept je však stále vo vzťahu s inými časťami komplexnejšej siete, ako sú reprezentácia self, interakčnej osoby a aspektov situácie. Následne dochádza k dynamickej aktivácii podobných a inhibícii nezlučiteľných častí tejto neuronálnej siete až do času, kým sa nedosiahne homeostáza celého systému. Vstupom do tohto dynamického procesu sú kultúrne zdieľané afektívne významy, ktoré daný jedinec nadobudol v procese socializácie, interakciou s inými a učením sa jazyka. Výsledkom tohto procesu je holistická reprezentácia, geštalt, ktorý determinuje pravdepodobnosť výskytu určitého automatického správania sa.

Motivačná rovina je tu preto konceptualizovaná ako vlastnosť dynamického procesu aktivácie a inhibície častí neuronálnej siete (Schröder & Thagarda, 2013, 2014).

Komplementárny model zámeru (Schröder, Stewart, & Thagard, 2014) k týmto procesom navyše pridáva komplexnejšiu slučku prefrontálneho kortexu a bazálnych ganglií, ktorá môže na spôsob duálnych modelov mysle prvotnú automatickosť skorigovať.

Hlavnou devízou tohto prístupu je, že ponúka elegantný spôsob integrácie ostatných modelov, poukazujúc na komplexnosť aktivácie mentálnej reprezentácie prostredníctvom postulovania základných mechanizmov, ktoré tu stoja v pozadí. Skutočne, tento model dokázal úspešne simulovať viaceré štúdie (napr. Bargh et al., 1996, Cesario et al., 2006; Fitzsimons & Bargh, 2003). Jeho nedostatkom však je, že zatiaľ nedokáže vysvetliť niektoré javy, ktoré sú pre sféru primingu cieľov charakteristické, ako je inhibícia po uskutočnení cieľa (Förster et al., 2007). Dôvodom môže byť to, že nepracuje časovo senzitívnymi informačnými slučkami. Toto rozšírenie ale podľa Schrödera a Thagarda (2013) možné je.

Okrem toho, neuro-anatomickú rovinu uchopuje iba v veľmi zjednodušene.

Zaujímavým by preto mohlo byť jeho rozšírenie o rozmer, ktorý v kontexte implicitných cieľov zdôraznili Fergusonová a Wojnowicz (2011). Tí poukázali na dôležitosť, ktorú by to mohli zohrávať práve prefrontálny kortex a bazálne gangliá. Prefrontálny kortex podľa nich ponúka tak aktívne uskladnenie cieľov, ako aj ich následnú implementáciu prostredníctvom zostupných spojení s ostatnými časťami mozgu. Naproti tomu, bazálne gangliá slúžia na výpočet motivačnej hodnoty. Prostredníctvom dopamínového systému fungujú ako brána, determinujúca to, ako prefrontálny kortex prepína medzi aktívnymi cieľmi, ktoré uchováva v komprimovanej podobe, prekonávajúc tak dichotómiu klasických duálnych modelov mysle (asociatívne a automatické vs. založené na pravidlách).

Zaujímavým preto môže byť sledovať, aké výsledku prinesú rozšírenia a pokročilejšie modely ľudskej mysle a ako sa popasujú práve s interakciou motivačnej a kognitívnej roviny,

a to s dôrazom na vlastnosti aktivácie cieľov. Okrem toho by mohlo byť zaujímavé nadviazať na širší teoretický rámec, aký ponúka napr. Kuhlová teória PCI, ktorá napr. spája self s paralelne distribuovanou sieťou v pravej hemisfére (Kuhl et al., 2015). Práve podnetnosť takéhoto napojenia na dominantné teórie sa pokúsime načrtnúť vo finálnej časti.

ĎALŠIE PERSPEKTÍVY

V rámci tejto prehľadovej štúdie sme sa zamerali na to, ako môže výskum aktivácie cieľov profitovať z poznania širšej perspektívy problematiky sociálneho primingu. Nejde však o jedinú oblasť, ktorou by sa mohol výskum uberať. Pokúsime sa preto stručne identifikovať tri „slepé škvvrny“ výskumu, ktoré môžu byť, vzhľadom k charakteru problematiky, pre aktiváciu cieľov kľúčové a ktoré zatiaľ nie sú rozpracované v dostatočnej miere.

Ide predovšetkým o širšie napojenie na dominantné *klasické teórie motivácie v kontexte dosahovania cieľov*, a to s dôrazom na ich rozšírenie o nevedomý a automatický rozmer. Toto napojenie zatiaľ nie je dostatočne etablované, čo je podľa našej mienky na škodu, možno však nájsť štúdie, ktoré sa o to pokúšali. Príkladom takýchto snáh je prepojenie aktivácie cieľov prostredníctvom sociálneho primingu s takými teóriami, ako je Teória stanovovania cieľa Locka a Lathama (Latham, 2016), alebo Teórie seba-determinácie (SDT) Deciho a Ryana (Radel, Sarrazin, & Pelletier, 2009).

Ďalšou perspektívou, ako ju načrtol Fujita & Trope, (2014), je prepojenie aktivácie cieľov sociálnym primingom so širším kontextom *sebakontroly* a špecifickejšie s problematikou *Úrovne konštruovania (interpretácie) situácie psychologickéj vzdialenosti* (Carnevale & Fujita, 2016). Ukazuje sa totiž napr. to, že pokušenia automaticky aktivujú konfliktný sebaregulačný cieľ a naopak, aktivovaný cieľ s konfliktnými pokušeniami interferuje (Fujita & Sasota, 2011) a to, že sú pokušenia implicitne asociované s negativitou (Fujita & Han, 2009) v podmienke vyššej úrovne konštruovania situácie, kde tvorí človek

mentálne reprezentácie na vyššej úrovni abstrakcie, nie však v podmienke nižšej, konkrétnejšej úrovne. Tu je vzorec aktivácie vo väčšej miere priamočiarý tak, ako by to predpokladali klasické modely primingu.

Tretou perspektívou je preskúmanie toho, do akej miery sú aktivované ciele skutočne nevedomé, keďže Carlson et al., (2014) poukázali na to, že si účastníci daných cieľov vedomí byť môžu, ak sú zisťované správnym spôsobom (na dostatočne citlivej škále) a v správny čas (počas realizácie daného cieľa, kedy je aktívny najviac, nie po experimente, kedy je inhibovaný v dôsledku jeho realizácie). Súvisiacou perspektívou je overiť, či to platí aj pre iné ciele, alebo vo všeobecnosti klásť väčší dôraz na to, čo sa myslí pod slovom nevedomé.

Samozrejme, nejde o jediné možné otázky, ktoré by bolo potrebné rozpracovať hlbšie. Ďalej možno hovoriť napríklad o tom, aké ciele možno aktivovať a aké vytvoriť; klásť väčší dôraz na rozdiel medzi krátkodobými a distálnymi cieľmi a na to, aké sú neuronálne koreláty týchto procesov. Hlbším rozpracovaním týchto otázok by sme ale zo zreteľa stratili to, čo bolo v centre zorného poľa tejto prehľadovej štúdie.

DISKUSIA A ZÁVER

Záverom možno sumarizovať zlatú niť, ktorá sa tiahla labyrintom súčasného stavu poznania, predstaveného v tomto článku. Tá poukazuje na to, že tu šlo predovšetkým o otázku *aktivácie a následného automatického využitia aktivovaných mentálnych reprezentácií v na cieľ orientovanom správaní sociálneho charakteru*. Práve tak by sme na základe predstavenej literatúry definovali *sociálny priming*.

Táto oblasť sa totiž, ako sumarizuje tabuľka č.1, ukazuje byť omnoho komplexnejšia, než predpokladali klasické modely, akcentujúce spojenie: *pasívna aktivácia podnetom-správanie*. Toto spojenie totiž môže byť mediované konštruktom motivačnej povahy (s nárastom dôležitosti cieľa narastá aj jeho vplyv na správanie) (Weingarten et al., 2016). S

istou antropologizáciou by sa dokonca dalo povedať, že aktivovaný cieľ „sebecký“ ovplyvní to, ako jedince svet vníma a následne sa v ňom správa (Huang & Bargh, 2014). Nemusí k tomu ale dôjsť za každých okolností (vid' napr. Harris, Coburn, Rohrer, & Pashler, 2013). Ukazuje sa totiž, že je to závislé od self-konceptu jedinca (Wheeler, et al., 2007; Wheeler et al., 2014); miery prieniku self s inými a toho, ako sú tvorené reprezentácie ich prežívania a správania (Smith & Mackie, 2016); zváženia interakčných zdrojov, ktoré má jedinec v danej situácii k dispozícii (Cesario & Jonas, 2014); ako aj od aktuálnej motivačnej relevancie objektu (Eitam & Higgins, 2010; Higgins & Eitam 2014).

Okrem toho je však potrebné podotknúť, že aktivácia určitej mentálnej reprezentácie predstavuje iba vstup do širšieho automatického rozhodovacieho procesu, kde sa ukazujú byť dôležité také faktory, ako je to, či je autorstvo tejto informácie atribúované interne, alebo to, na akú otázku je zamerané ohnisko pozornosti (Loersch & Payne, 2011, 2014). Podkladom týchto procesov sa ukazuje byť komplexná a dynamická aktivácia a inhibícia jednotlivých vzájomne prepojených viac-úrovňových prvkov neuronálnej siete (Schröder & Thagard, 2013, 2014), aj keď je tento prístup zatiaľ iba v počiatkoch a má svoje rezervy. Jednotlivé dôrazy relevantných súčasných modelov sumarizuje tabuľka č.2.

Napriek potenciálu, ktorý podľa nás načrtnutá literatúra zo sféry sociálneho primingu pre aktiváciu cieľov má, však možno taktiež odporučiť aj iné uhly pohľadu. Tie sme sa snažili aspoň načrtnúť. Ide predovšetkým o väčšiu mieru napojenia na relevantné klasické teórie motivácie, ako je napr. Teória stanovovania cieľov, alebo Seba-determinačná teória; či na teórie sebakontroly, ako je Úroveň konštruovania (interpretácie) situácie; alebo hlbšie rozpracovanie toho, čo je tu vlastne myslené pod nevedomým. Patričný doraz je taktiež nevyhnuté klásť aj na zlepšenie výskumných praktík (vid' napr. Stangor & Lemay, 2016).

Veríme, že toto priblíženie problematiky aktivácie cieľov zo širšej perspektívy sociálneho primingu a náčrt ďalších potenciálnych perspektív môže predstavovať plodný

a zatiaľ nevyužitý potenciál pre uchopenie problematiky aktivácie cieľov na novej úrovni, ktorá bude komplexnejšia tak metodologicky, ako aj koncepčne. Okrem toho dúfame, že táto prehľadová štúdia môže zároveň predstavovať podnet, aktivujúci (alebo nanovo tvoriaci) výskumný cieľ venovať sa tejto problematike vo väčšej miere aj v našej proveniencii.

Tabuľka 1

Klasifikácia teoretických ukotvení z hľadiska ich dôrazu na dynamickosť aktivácie mentálnych reprezentácií

Dynamickosť aktivácie	Dôraz	Teoretické ukotvenie
Pasívny vzorec aktivácie mentálnych reprezentácií	Aktivácia pasívnej reprezentácie príslušnými podnetmi	<i>Spojenie podnet-správanie</i> (Bargh et al., 1996)
	Aktivácia motivačného konštruktu – cieľa - ako relatívne autonómnej entity riadiacej správanie	<i>Model aktivácie cieľov a Model sebeckého cieľa</i> (Barg et al., 2001; Huang & Bargh, 2014)
Prechod medzi pasívnym a dynamickejším vzorcom aktivácie	Dôraz na dôležitosť daného cieľa (zahŕňa dôležitosť, afekt, záväzok, incentívy), nie však očakávanie uskutočniteľnosti (v zmysle náročnosti)	<i>Meta-analýza</i> (Weingarten et al., 2016)
	Aktivácia zložky širšieho self-konceptu jedinca	<i>Model aktívneho self</i> (Wheeler, et al., 2007; 2014)
Dynamický vzorec aktivácie mentálnych reprezentácií	Aktívna subjektívna konštrukcia mentálnych stavov blízkych ľudí	<i>Model RICOR</i> (Smith & Mackie, 2016)
	Aktivácia reprezentácie na základe jej motivačnej relevancie (3 druhy)	<i>Model (ROAR)</i> (Eitam & Higgins, 2010; Higgins & Eitam, 2014)
	Aktivácia reprezentácie na základe automatického zvažovania zdrojov sociálneho charakteru	<i>Model výpočtu zdrojov</i> (Cesario & Jonas, 2014)
	Aktivovaná mentálna reprezentácia iba ako vstup do komplexnejšieho procesu rozhodovania	<i>Model situačného usudzovania</i> (Loersch & Payne, 2011; 2014)
	Dynamické procesy aktivácie a inhibície viac-úrovňových častí neuronálnej siete ako biologický podklad sociálneho primingu	<i>Výpočtový model afektívnych významov automatického sociálneho správania sa</i> (Schröder & Thagard, 2013; 2014)

Tabuľka 2

Sumarizácia dôrazov jednotlivých novších teoretických ukotvení (X primárny dôraz, x – marginálny dôraz)

<i>Teoretické ukotvenie</i>	<i>Self a idiosynkratické významy</i>	<i>Širší sociálny rozmer</i>	<i>Aktuálny motivačný stav/ciele</i>	<i>Širší viacstupňový proces</i>	<i>Biologický podklad</i>
<i>Model sebeckého cieľa (Huang & Bargh, 2014)</i>			X		
<i>Meta-analýza dôsledkov vystavenia s cieľom/správaním súvisiacich slov na správanie (Weingarten et al., 2016)</i>			X		
<i>Model aktívneho self (Wheeler, et al. 2007; 2014)</i>	X	x		x	
<i>Model reprezentácie a inkorporácie odpovede blízkych (RICOR) (Smith & Mackie, 2016)</i>	x	X			x
<i>Model relevancie reprezentácií (ROAR) (Eitam & Higgins, 2010; Higgins & Eitam, 2014)</i>		x	X	x	
<i>Model výpočtu zdrojov automatickosti (Cesario & Jonas, 2014)</i>		X	x		
<i>Model situačného usudzovania (Loersch & Payne, 2011; 2014)</i>	x	x	x	X	
<i>Výpočtový model afektívnych významov automatického sociálneho správania sa (Schröder & Thagard, 2013; 2014)</i>	X	x	x	x	X

LITERATURA

- Austin, J. T. & Vancouver, J. B. (1996). Goal Constructs in Psychology: Structure, Process, and Content. *Psychological Bulletin*, 120(3), 338–375.
- Bargh, J. A. (2006). What have we been priming all these years? On the development, mechanisms, and ecology of nonconscious social behavior. *European Journal of Social Psychology*, 36(2), 147–168.
- Bargh, J. A. (2014). The Historical Origins of Priming as the Preparation of Behavioral Responses: Unconscious Carryover and Contextual Influences of Real-World Importance. *Social Cognition*, 32(Supplement), 209–224.
- Bargh, J. A. (2016). Awareness of the prime versus awareness of its influence: implications for the real-world scope of unconscious higher mental processes. *Current Opinion in Psychology*, 12, 49–52.
- Bargh, J. A., Gollwitzer, P. M., Lee-Chai, A., Barndollar, K. & Trötschel, R. (2001). The Automated Will: Nonconscious Activation and Pursuit of Behavioral Goals. *Journal of Personality and Social Psychology*, 81(6), 1014–1027.
- Bargh, J. A., Chen, M. & Burrows, L. (1996). Automaticity of Social Behavior: Direct Effects of Trait Construct and Stereotype Activation on Action. *Journal of Personality and Social Psychology*, 71(2), 230–244.
- Baumeister, R. F. (2016). Charting the future of social psychology on stormy seas: Winners, losers, and recommendations. *Journal of Experimental Social Psychology*, 66, 153–158.
- Baumeister, R. F. & Bargh, J. (2014). Conscious and Unconscious. Toward an Integrative Understanding of Human Mental Life and Action. In J. W. Sherman, B. Gawronski, Y. Trope (Ed.), *Dual-process theories of the social mind* (35–49). New York: Guilford Press.
- Baumeister, R. F. & Brewer, L. E. (2012). Believing versus disbelieving in free will: Correlates and consequences. *Social and Personality Psychology Compass*, 6(10), 736–745.
- Carlson, K. A., Tanner, R. J., Meloy, M. G. & Russo, J. E. (2014). Catching nonconscious goals in the act of decision making. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 123(1), 65–76.
- Carnevale, J. J. & Fujita, K. (2016). Consensus versus Anarchy in the senate of the Mind: On the roles of High-Level versus Low-Level Construal in Self-Control. In Vohs, Kathleen D and Baumeister, Roy F (Ed.), *Handbook of self-regulation: Research, theory, and applications* (146 – 165). Guilford Publications.
- Cesario, J. & Jonas, K. J. (2014). Replicability and Models of Priming: What a Resource Computation Framework can Tell us About Expectations of Replicability. *Social Cognition*, 32(Supplement), 124–136.

- Cesario, J., Plaks, J. E., Hagiwara, N., Navarrete, C. D. & Higgins, E. T. (2010). The Ecology of Automaticity: How Situational Contingencies Shape Action Semantics and Social Behavior. *Psychological Science*, 21(9), 1311–1317.
- Cesario, J., Plaks, J. E. & Higgins, E. T. (2006). Automatic Social Behavior as Motivated Preparation to Interact. *Journal of Personality and Social Psychology*, 90(6), 893–910.
- Cornwell, J., Franks, B. & Higgins, E. (2013). Truth, control, and value motivations: the “what,” “how,” and “why” of approach and avoidance. *Frontiers in Systems Neuroscience*, 8, 194–194.
- Custers, R. & Aarts, H. (2005). Positive affect as implicit motivator: on the nonconscious operation of behavioral goals. *Journal of Personality and Social Psychology*, 89(2), 129–142.
- Cwir, D., Carr, P. B., Walton, G. M. & Spencer, S. J. (2011). Your heart makes my heart move: Cues of social connectedness cause shared emotions and physiological states among strangers. *Journal of Experimental Social Psychology*, 47(3), 661–664.
- Dijksterhuis, A. (2014). Welcome Back Theory! *Perspectives on Psychological Science*, 9(1), 72–75.
- Doyen, S., Klein, O., Pichon, C.-L. & Cleeremans, A. (2012). Behavioral priming: it’s all in the mind, but whose mind? *PloS One*, 7(1), e29081.
- Doyen, S., Klein, O., Simon, D. J. & Cleeremans, A. (2014). On the other side of the mirror: Priming in cognitive and social psychology. *Social Cognition*, 32 (Supplement), 12–32.
- Eitam, B. & Higgins, E. T. (2010). Motivation in mental accessibility: Relevance Of A Representation (ROAR) as a new framework. *Social and Personality Psychology Compass*, 4(10), 951–967.
- Eitam, B. & Higgins, E. T. (2014). What’s in a goal? The role of motivational relevance in cognition and action. *Behavioral and Brain Sciences*, 37(02), 141–142.
- Ferguson, M. J., & Wojnowicz, M. T. (2011). The when and how of evaluative readiness: A social cognitive neuroscience perspective. *Social and Personality Psychology Compass*, 5(12), 1018–1038.
- Fischbach, A. & Ferguson, M. J. (2007). The goal construct in social psychology. In A. W. Kruglanski, & E. T. Higgins (Eds.), *Social psychology: handbook of basic principles* (490–515). New York: Guilford Press.
- Fitzsimons, G. M. & Bargh, J. A. (2003). Thinking of You: Nonconscious Pursuit of Interpersonal Goals Associated With Relationship Partners. *Journal of Personality and Social Psychology*, 84(1), 148–164.
- Förster, J., Liberman, N. & Friedman, R. S. (2007). Seven principles of goal activation: a systematic approach to distinguishing goal priming from priming of non-goal constructs.

Personality and Social Psychology Review, 11(3), 211–233.

Fujita, K. & Trope, Y. (2014). Structured Versus Unstructured Regulation: On Procedural Mindsets and the Mechanisms of Priming Effects. *Social Cognition*, 32(Supplement), 68–87.

Fujita, K. & Han, H. A. (2009). Moving beyond deliberative control of impulses the effect of construal levels on evaluative associations in self-control conflicts. *Psychological Science*, 20(7), 799–804.

Fujita, K. & Sasota, J. A. (2011). The effects of construal levels on asymmetric temptation-goal cognitive associations. *Social Cognition*, 29(2), 125–146

Harris, C. R., Coburn, N., Rohrer, D. & Pashler, H. (2013). Two failures to replicate high-performance-goal priming effects. *PloS One*, 8(8), e72467.

Higgins, E. T. & Eitam, B. (2014). Priming... Shmiming: It's About Knowing When and Why Stimulated Memory Representations Become Active. *Social Cognition*, 32(Supplement), 225–242.

Higgins, E. T., Rholes, W. S. & Jones, C. R. (1977). Category accessibility and impression formation. *Journal of Experimental Social Psychology*, 13(2), 141–154.

Huang, J. Y. & Bargh, J. A. (2014). The Selfish Goal: Autonomously operating motivational structures as the proximate cause of human judgment and behavior. *Behavioral and Brain Sciences*, 37(02), 121–135.

Chartrand, T. L., Dalton, A. N. & Fitzsimons, G. J. (2007). Nonconscious relationship reactance: When significant others prime opposing goals. *Journal of Experimental Social Psychology*, 43(5), 719–726.

Kuhl, J., Quirin, M. & Koole, S. L. (2015). Being someone: The integrated self as a neuropsychological system. *Social and Personality Psychology Compass*, 9(3), 115–132.

Lashley, K. S. (1951). The problem of serial order in behavior. In L. A. Jeffress (Eds.), *Cerebral mechanisms in behavior* (112–131). New York: Wiley.

Latham, G. P. (2016). Goal Setting: A Possible Theoretical Framework for Examining the Effect of Priming Goals on Organizational Behavior. *Current Opinion in Psychology*, 12, 85–88.

Loersch, C. & Payne, B. K. (2011). The situated inference model an integrative account of the effects of primes on perception, behavior, and motivation. *Perspectives on Psychological Science*, 6(3), 234–252.

Loersch, C. & Payne, B. K. (2012). On mental contamination: The role of (mis) attribution in behavior priming. *Social Cognition*, 30(2), 241–252.

- Loersch, C. & Payne, B. K. (2014). Situated Inferences and the What, Who, and Where of Priming. *Social Cognition*, 32(Supplement), 137–151.
- Molden, D. C. (2014). Understanding Priming Effects in Social Psychology: What is “Social Priming” and How does it Occur? *Social Cognition*, 32(Supplement), 1–11.
- Moskowitz, G. B. & Grant, H. (2009). Introduction: four themes in the study of goals. In G. B. Moskowitz, & H. Grant (Eds.), *The Psychology of Goals* (1–26). New York: Guilford Press.
- Papies, E. K., & Aarts, H. (2016). Automatic self-regulation: From habit to goal pursuit. In K. D. Vohs, & R. F. Baumeister (Eds.), *Handbook of self-regulation: Research, theory, and applications* (3rd ed), (203-233). New York: Guilford Press.
- Radel, R., Sarrazin, P. & Pelletier, L. (2009). Evidence of subliminally primed motivational orientations: The effects of unconscious motivational processes on the performance of a new motor task. *Journal of Sport and Exercise Psychology*, 31(5), 657–674
- Shariff, A. F., Willard, A. K., Andersen, T. & Norenzayan, A. (2016). Religious Priming: A Meta-Analysis With a Focus on Prosociality. *Personality and Social Psychology Review*, 20(1), 27–48.
- Schröder, T., Stewart, T. C. & Thagard, P. (2014). Intention, emotion, and action: A neural theory based on semantic pointers. *Cognitive Science*, 38(5), 851–880.
- Schröder, T. & Thagard, P. (2013). The affective meanings of automatic social behaviors: three mechanisms that explain priming. *Psychological Review*, 120(1), 255–280.
- Simons, D. J. (2014). The value of direct replication. *Perspectives on Psychological Science*, 9(1), 76–80.
- Smith, E. R. & Mackie, D. M. (2016). Influence from representations of others’ responses: social priming meets social influence. *Current Opinion in Psychology*, 12, 22–25.
- Stangor, C. & Lemay, E. P. (2016). Introduction to the Special Issue on Methodological Rigor and Replicability. *Journal of Experimental Social Psychology*, 66, 1–3.
- Stroebe, W. (2016). Are most published social psychological findings false? *Journal of Experimental Social Psychology*, 66, 134–144.
- Unsworth, K., Yeo, G. & Beck, J. (2014). Multiple goals: A review and derivation of general principles. *Journal of Organizational Behavior*, 35(8), 1064–1078.
- Veltkamp, M., Aarts, H., & Custers, R. (2008). On the emergence of deprivation-reducing behaviors: Subliminal priming of behavior representations turns deprivation into motivation. *Journal of Experimental Social Psychology*, 44(3), 866-873.
- Weingarten, E., Chen, Q., McAdams, M., Yi, J., Hepler, J. & Albarracín, D. (2016). From primed concepts to action: A meta-analysis of the behavioral effects of incidentally

presented words. *Psychological Bulletin*, 142(5), 472-497.

Wheeler, S. C., DeMarree, K. G. & Petty, R. E. (2007). Understanding the role of the self in prime-to-behavior effects: The active-self account. *Personality and Social Psychology Review*, 11(3), 234–261.

Wheeler, S. C., DeMarree, K. G. & Petty, R. E. (2014). Understanding Prime-to-Behavior Effects: Insights from the Active-Self Account. *Social Cognition*, 32 (Supplement), 109–123.

Abstrakt

Náš každodenný život je riadený cieľmi. Empirická evidencia navyše naznačuje, že ciele môžu byť aktivované nevedome (Förster, Liberman, & Friedman, 2007), ovplyvniac tak naše správanie (Weingarten et al., 2016). Nemusí k tomu ale dôjsť za každých okolností. Hlavným cieľom tejto prehľadovej štúdie je preto kriticky preskúmať súčasný stav poznania problematiky aktivácie cieľov zo širšej perspektívy výskumu sociálneho primingu a jeho aktuálnej krízy, spočívajúcej v nereplikovaní výsledkov klasických štúdií. Sme totiž presvedčení, že pre užšiu sféru aktivácie cieľov môže byť takýto prístup prínosný. Okrem prediskutovania vybraných nedostatkov sa preto zameriame predovšetkým na to, čo môže posunúť výskum aktivácie cieľov do novej etapy. Ide o načrtnutie, systematizáciu a potenciálnu integráciu komplexnosti aktivácie mentálnych reprezentácií, ako aj a ich následného automatického využitia v na cieľ orientovanom správaní sociálneho charakteru. Konkrétne, „sebeckosť“ cieľov (Huang & Bargh, 2014), ich úloha ako mediátorov medzi podnetom a správaním (Weingarten et al., 2016), širšia rola dôležitých moderátorov (Weingarten et al., 2016); self-konceptu jedinca (Wheeler, et al., 2007); dynamickosti stimulácie odpovedí (Smith & Mackie, 2016); aktuálnej motivačnej relevancie objektu (Eitam & Higgins, 2010); výpočtu dostupných sociálnych zdrojov (Cesario & Jonas, 2014); ako aj úloha chybného atribúovania zdroja informácie a ohniska pozornosti v rámci širšieho usudzovania v danej situácii (Loersch & Payne, 2011) sú prediskutované a sumarizované, analyzujú ich prínos k téme. Okrem toho je taktiež načrtnutý a v kontexte aktivácie cieľov kriticky ohodnotený prístup Schrödera a Thagarda (2013), potenciálne integrujúci rozmanité modely na hlbšej úrovni analýzy. Záverom sú načrtnuté aj tri iné potenciálne prínosné výskumné perspektívy.

Kľúčové slová: sociálna psychológia, na cieľ orientované správanie, nevedomovaná aktivácia cieľov, priming, sociálny priming