



LUNDS UNIVERSITET

INSTITUTIONEN FÖR PSYKOLOGI

## Hur följer attityden en handling enligt kognitiv dissonansteori?

Christoffer Björkwall

Emma Crépin

Kandidatuppsats ht 2004

Handledare: Anna Blom Kemdal

Uppsatsen behandlar teorin om kognitiv dissonans och dess effekter på attityder. Teorin om kognitiv dissonans beskriver bland annat att man strävar efter att handla konsekvent med sin attityd. Handlar man inkonsekvent kan man uppleva dissonans. Syftet med undersökningen var att mäta attitydförändring utifrån kognitiv dissonansteorin. Vi undersökte detta med experimentmetod och enkäter där vi med hjälp av 77 personer mätte attityder till olika organisationer före och efter en påverkan från vår sida. Våra analyser visade inga signifikanta effekter av attitydförändring i experimentet. Vår främsta förklaring till detta är den kognitiva dissonansen vi försökte skapa blev för liten och att andra motivationsfaktorer påverkade resultatet för mycket.

*Nyckelord:* kognitiv dissonans, attityd, välgörenhetsorganisationer

Vi ska i denna uppsats undersöka om, och i sådana fall, hur mycket folks attityder ändras gentemot en organisation under inflytande av kognitiv dissonans. Hur förklarar man beteenden som är till synes ologiska och inkonsekventa? Kognitiv dissonans handlar om strävan efter att handla konsekvent med sin attityd eller uppfattning för att uppnå bästa möjliga sinnestillstånd. Det uppstår när två av en persons uppfattningar säger mot varandra, till exempel en rökare kan ha två uppfattningar om sin rökning; att det är farligt men samtidigt att det får denne att slappna av. Två uppfattningar om samma sak som inte stämmer med varandra. Det kan även uppstå när handlingen inte stämmer eller går tvärtemot med den attityd man har. Hur stor inverkan har kognitiv dissonans på attityder efter ett ganska vardagligt beteende, att skänka pengar till en välgörenhetsorganisation? Fenomenet kognitiv dissonans tycks finnas överallt i våra vardagliga beteenden och attityder; när man tänder en cigarett, när man inte vill inse att sitt favoritlag i fotboll faktiskt spelar dåligt eller när man börjar gilla en organisation mer efter att man donerat pengar till den. Det är knappast den enda motivationsfaktorn hos människor men den är tillräckligt vanlig för att väcka vårt intresse att studera den.

Upphovsmannen till teorin om kognitiv dissonans är Leon Festinger. Han presenterade teorin i sin bok *A Theory on Cognitive Dissonance* (1957). Dissonansen, beskrev han, upplevs rent fysiskt som en olustig känsla i magen som man reflexmässigt försöker bli av med. Det bygger på en av våra mest betydelsefulla drifter, att må bra och känna sig nöjd med vad man presterar och hur man agerar. Man kan säga att kognitiv dissonans är som vårt inbyggda rättesnöre som talar om för oss när vi inte beter oss som vi, enligt oss själva, borde göra. Dessa uppfattningar har vi i sin tur fått från den kulturella omgivning vi blivit uppväxta i. Det fungerar även ibland förebyggande på så sätt att vi håller oss gärna borta från sådana situationer vi finner obehagliga, det vill säga skapar kognitiv dissonans, och håller oss hellre till sådant vi känner igen i oss själva (Festinger, 1957).

Hans klassiska teori från om hur en handling påverkar våra attityder och vice versa för att undvika kognitiv dissonans fortsätter att intressera omvärlden och är allmänt vedertagna än idag. Moderna undersökningar använder sig av denna teori för att undersöka applikationer kognitiv dissonans på vårt vardagliga liv. Några av dem som med hjälp av Festingers teori undersökt inkonsekventa beteenden är Clark, McCann, Rowe och Lazenbatt (2004). De undersökte attityder och kognitiv dissonans bland sjuksköterskestuderande i Australien under

2001. Dessa blivande sjuksköterskor ska råda folk att leva hälsosamt men röker själva i ungefär lika stor utsträckning som övriga befolkningen. Undersökningen visade på att de rökande sjuksköterskorna hade en mindre negativ inställning till sjukdomar förknippade med rökning, vilket kan förklaras av att det är svårare att ta till sig av information som går emot de handlingar man begår eller de attityder man redan har. Det rubbar balansen mellan attityd och handling. Flera studier visar att dissonans och attitydförändringar även kan uppstå när det inte finns negativa konsekvenser. I en studie av Harmon–Jones et al. (1996) fick deltagare i en debattgrupp i uppgift att debattera för den sida de egentligen sympatiserade minst med. De kom fram till att efter de hade gjort detta upplevde de en skiftning i sin attityd såtillvida att de var mer positiv till den sidan de blev tillsagda att sympatisera med än innan. Enligt dissonansteorin beror detta på att man vill behålla attityden konsekvent med sitt beteende, man vill inte ha handlat inkonsekvent med sin attityd därav modifieringen av deltagarnas attityd gentemot det ämne det blivit tillsagda att debattera för.

Kognitiv dissonans är antingen tillfällig eller ihållande under en längre tid men enligt Festinger reagerar vi reflexmässigt på kognitiv dissonans med en vilja att reducera den. Hur viktigt det berörda ämnet är för personen avgör hur denne kommer att reagera. Det gör man antingen genom att bete sig eller agera annorlunda så det stämmer med de kognitiva elementen, alltså ens kunskap om sina attityder, sig själv, sitt beteende och sin omgivning. Man kan också istället ändra kognition eller attityder så att de blir konsekventa med beteendet. Det senare alternativet är betydligt svårare att åstadkomma. Hur stark dissonans man upplever är avgörande för i vilken utsträckning de motstridande uppgifterna som skapat dissonanstillståndet påverkar personen. Oftast är det lättare att ändra sitt beteende än attityderna. Det fixar man relativt lätt själv men för att ändra attityder krävs en viss social support. Ju fler som har ”den andra” uppfattningen eller attityden desto lättare är det att ändra sin egen. Det är också möjligt att personen inte klarar att ändra något av detta vilket är orsaken till att dissonansen ibland håller i sig.

Det finns flera sätt att reducera dissonans på än att ändra attityd eller beteende. Man blir till exempel mer benägen att ta till sig av ny information som stödjer den uppfattningen man har, trots att mycket annat säger att det är fel. Exempelvis i en speciell kultur, slutet från västvärlden, har man en fast övertygelse om att människor, inte bara borde vara, utan *är* genuint goda. Under en viss period av barndomen i denna kultur visar dock barnen upp ovanligt aggressivt och elakt beteende vilket leder till dissonans för befolkningen. Antingen

får de förkasta sin uppfattning om att alla är goda (när barnen uppenbarligen inte alltid är det) eller så får de omdefiniera deras uppfattning om vad som är gott beteende. Det tredje alternativet är då slutligen att de lägger till en kunskap. I denna slutna kultur kom de fram till att det uppenbarligen var en ond ande som besuttit barnen (Festinger, 1957).

Hur kommer det sig att man ibland kommer på sig själv med att göra saker som inte är konsekvent med vilken uppfattning, attityd eller kunskap man har? Som i vårt exempel att man röker fast man egentligen vet att det är skadligt för en. Hur hanterar vi det? Festinger ger två försök till att svara på den frågan. Det ena är att ny information kan ha nått personen (det är möjligt att man vill testa den nya informationen innan man förkastar den). Information strömmar emot oss dagligen och vi har liten kontroll över vad vi registrerar eller inte. Hör man information från flera olika, även till synes oberoende, håll upplever man informationen ofta som mer sann än vad den nödvändigtvis är. Det andra bygger på det faktum att få saker är svarta eller vita. De flesta situationer kan tolkas på flera sätt som ibland säger emot varandra. Det kan även vara så att flera olika uppfattningar passar in på samma situation. Om man då *måste* fatta ett svårt beslut eller göra ett knivigt val så innebär det att man handlar tvärtemot en av sina uppfattningar.

Att reducera dissonans ger personen stor psykologiskt tillfredställelse. Men det är inte så lätt eftersom man gärna håller hårt i sina uppfattningar. Som nämnts tidigare finns det en ovilja att ändra på, främst attityden, men även beteendet. Det börjar bli riktigt svårt att ändra sig när förändringen innebär en förlust eller är smärtsam för personen, ju större förlust man riskerar desto mer dissonans upplever man. Det är även svårt att reducera dissonansen om det befintliga beteendet (som orsakar dissonansen) är tillfredställande trots att man vet att det är fel. Till exempel att man tycker om att styra över andra även om det irriterar folk i omgivningen på ett sätt som blir ohållbart för personen (Festinger, 1957).

Författarna till den här uppsatsen vill dock kommentera Festinger med att vi anser att attityder och uppfattningar väldigt sällan är oförändrade utan man påverkas ju av alla intryck man tar in och bearbetar. Genom att ifrågasätta och pröva sina egna attityder, kunskaper och uppfattningar så utvecklas vi. Våra liv är inte enbart styrda av kognitiv dissonans! Vi bryter oss ibland ur dessa mönster och accepterar dissonansen för att kunna hantera den.

Våra sociala normer influerar dessutom hur man ser på situationer och händelser i sin omgivning vilket har en väsentlig del i processen då man ska fatta ett beslut. Wendy Wood vid Texas University skriver i en artikel (2000) om övertalning och sociala faktorer vid förändring av en attityd. Man ser gärna att information som kommer ifrån andra människor, ju fler desto starkare, som mer tillförlitliga än om man får informationen i första hand. ”Någon annan” har oftast mer rätt än personen själv. Våra normer för hur vi vill bete oss kommer från att vi studerat andras beteende. Wood menar även att vi har en medfödd strävan efter att ha en så, i andras ögon, korrekt attityd som möjligt. Influenserna för att ändra sin attityd kan komma både från folk i sin omgivning och ifrån sig själv. Studier har visat att om man befinner sig i en situation där man ska göra ett uttalande i offentliga sammanhang är det vanligt att man upplever de andra som mycket säkrare på sina uppfattningar och attityder, medan i mindre privata sammanhang upplever man oftare att de andra runtomkring sig är lika, kanske till och med mindre, säkra på sina uppfattningar.

Hur gör man för att studera kognitiv dissonans på bästa sätt? Själva processen som sker i vår hjärna är väldigt svår att mäta men däremot är effekterna av den desto lättare att studera. Att fatta ett beslut resulterar nästan alltid i dissonans. Det innebär inte bara att man har valt ett bättre alternativ, man väljer samtidigt bort det/de andra alternativen. Ofta är de alternativen nästan lika åtråvärda som det alternativ man valde. Ju mer lika alternativen är desto högre grad av dissonans uppstår när man sedan ska rättfärdiga sitt val. Festingers teori om detta grundar sig på just detta konstaterande. Hans teorier grundar sig på D.K. Adams bok *Conflict and Integration* där han kallar denna process *conflict resolution*. Adams menar att vi instinktivt vill reducera det obehag som uppstår av den vetskap att man faktiskt valt bort ett nästintill likvärdigt alternativ, kanske till och med ett alternativ som hade varit bättre än det man valt (Festinger, 1957).

De tre vanligaste situationerna vid beslutsfattande är enligt Festinger:

- Beslut mellan två negativa alternativ - När man tvingas välja det mindre dåliga alternativet. Det här är en situation som kräver en tredje faktor som tvingar personen till att välja ett alternativ som inte är åtråvärt. Vilket alternativ man än väljer kommer man, enligt Festingers dissonansteori, börja se fler och fler fördelar av det alternativ man valde och fler nackdelar för det bortvalda alternativet.

- Beslut mellan två alternativ som både har bra och dåliga sidor - Detta är den vanligast förekommande situationen. De flesta val vi tvingas att göra har både positiva och negativa sidor. Ju fler de är desto svårare blir det. Detta innebär att när man har gjort ett val kommer det alternativet man inte valde fortfarande ha positiva aspekter och det valda alternativet fortfarande ha negativa aspekter. Vi strävar då efter att få dessa att verka mindre negativa respektive positiva än vad de gjorde innan vi hade valt. Genom kognition ökar man skillnaden mellan alternativen.
- Beslut som rör fler än två alternativ - Det är en tämligen logisk slutsats att ju fler alternativ man har att välja mellan desto svårare upplevs oddsen för att man väljer det rätta. Det är fler möjligheter som måste väljas bort.

Styrkan av dissonansen påverkas av hur betydelsefullt beslutet är för personen samt hur viktigt det är att man gör rätt val när man inte kan förutsäga effekten av något alternativ. Vidare bestäms omfånget även av hur lika alternativen är varandra. Om det bara är marginella skillnader mellan dem är det svårare att avgöra vilken som ger det bästa utfallet. En tredje faktor som avgör omfånget av dissonansen är hur attraktivt det andra alternativet är relativt till det valda alternativet. Ju större relativ attraktion det är, desto högre dissonans upplever man.

När man väl nått ett beslut och gjort ett val reagerar man reflexmässigt så att man vill rättfärdiga sin handling. De positiva aspekterna i det man valt verkar mer positiva och de negativa mindre negativa. Att ha gjort ett dåligt val är inte en syn på sig själv man önskar behålla. Om man är säker på sitt beslut upplever man oftast låg dissonans och vice versa. När man väl har lyckats reducera dissonansen efter ett beslut ändrar man inte gärna på det eftersom den nya situationen är annorlunda från första gången man stod inför valet. Nu har man ändrat uppfattning om alternativen. Man har redan övertalat sig till att det alternativ man valde var bättre.

Kognitiv dissonans bygger alltså på logisk inkonsekvens. Festingers exempel var att man kan ha en övertygelse om att man kan sätta en man på månen samtidigt som man kan vara övertygad om att det inte är möjligt att bygga en sådan farkost som är kapabel nog att placera mannen där. Ett sådant tankesätt är ologisk och leder till kognitiv dissonans. Enligt Festinger är kognitiv dissonans inte bara en viktig, utan essentiell del av processen vid ett beslutsfattande. Att vi upplever obehag när vi har fattat ett beslut kan få oss att våga pröva

andra alternativ för att bli av med det obehaget. Att i viss utsträckning ifrågasätta våra val är nödvändigt för att utvecklas (Festinger, 1957).

Chen et al.(1996) samt Lundgren & Prislin, (refererat i Wood, 2000), undersökte normativa och informativa motiv bakom beslutsprocessen. De fann att när deltagarna var tillsagda att ge ett så korrekt svar som möjligt (mellan två alternativ) fann de ungefär lika många fördelar som nackdelar bland de båda alternativen, alltså en neutral attityd. När de var tillsagda att välja enbart en sida i problemet fann de fler positiva fördelar i den sidan mer än vad man hade gjort när man blev ombedd att vara korrekt, även om det logiskt sett borde vara lika många fördelar oavsett om man hade ett alternativ till eller inte. Om motivet till en attityd är att vara korrekt tenderar man att ha en mer öppen attityd. Om motivet till en attityd är att göra ett eget fritt val tenderar man att skapa en så tilltalande attityd som möjligt och slutligen om man tvingas rättfärdiga egna attityder och val så vill man helst behålla en redan bevisad hållbar attityd. Denna undersökning visar på vår benägenhet att vrida, eller modifierar våra attityder efter våra beslut.

Det är i samspelet mellan attityder och handling som kognitiv dissonans visar sig. Många socialpsykologiska teorier försöker ta reda på hur, när, och varför som beteende påverkar attityder och tvärtom. Kahle och Berman (hämtat från Liska, Felson, Chamlin, Baccaglioni, 1984) undersökte via fyra olika experiment relationerna mellan attityder och beteende och fann att attitydeffekten på beteende är större än beteendeeffekten på attityd. Man ändrar alltså hellre beteendet efter attityden än tvärtom. Liska et al hävdar dock att man inte ska förlita sig på detta resultat för mycket eftersom metoden som användes, cross-lagged correlation, är en svag metod för att dra kausalitetssamband.

Vid kognitiv dissonans uppstår ett behov av att attribuera orsaken till det obehagliga dissonanstillståndet på något. Teorin om hur vi attribuerar kan tillskrivas Heider. Han påstod att människor i allmänhet agerar amatörpsykologer i sitt vardagliga liv genom att försöka pussla ihop beteendet hos människor omkring dem med tillgängliga fakta och utifrån detta skapa en förståelse för dessa människors beteende. Heider undersökte vad olika personer ansåg vara troliga orsaker och hur de kom fram till dessa slutsatser.

Heiders största bidrag inom denna teori är hans beskrivning av intern och extern attribution. Intern attribution innebär att när man försöker förstå en persons beteende vid en viss situation



så utgår man ifrån att personen agerade på detta specifika sätt på grund av att det är en del av denna persons attityder eller personlighet. Extern attribution innebär att man vid samma situation tolkar personens beteende utifrån situationen istället, det var något i situationen som fick personen att bete sig på detta specifika sätt. Personen som observerar beteendet får följaktligen en stor skillnad i uppfattning om den observerade personen utifrån vilken attribution denne använder.

## Syfte och hypoteser

De tre teoridelar vi behandlat är alla nära sammanknutna. Syftet med vår undersökning är att specifikt studera kognitiv dissonans närmare. Vi vill angripa teorin genom att se om människor utsätts för kognitiv dissonans efter att ha agerat mot sin ursprungliga attityd och om de attribuerar orsaken till dissonansen på vårt objekt i en enkät, i vårt fall är objektet en välgörenhetsorganisation. I enlighet med Festingers teori så upplever ju en person kognitiv dissonans när denne utför en handling som är inkonsekvent med den attityd personen har. Utifrån denna princip ville vi skapa ett egenutvecklat experiment som skulle få deltagaren att uppleva dissonans utan att de är medvetna om att det är det vi försöker skapa. Detta försökte vi realisera genom att få experimentdeltagarna att utföra en handling som mätte deltagarens attityder mot en organisation före och efter denna handling. I vårt fall var handlingen huruvida experimentdeltagaren valde att donera eller inte donera en hypotetisk donation på 100 kronor till en välgörenhetsorganisation. Om de svarade ja till att donera pengarna kunde de även ange själva hur stor del av den hundralappen de vill donera. Denna donation ser vi som ett stimuli som ska påverka experimentdeltagaren att hamna i kognitiv dissonans. Vi utgår ifrån att ett högre värde på donationen är ett starkare stimuli än ett lägre värde. Detta leder oss till våra hypoteser.

Utifrån teorin och framförallt då Festingers teori om kognitiv dissonans skapade vi tre hypoteser. Dessa var följande:

- H<sub>0</sub>, Nollhypotesen: Ingen av försöksgrupperna kommer att ändra sin uppfattning om organisationen oavsett om de valt att donera eller inte.
- H<sub>1</sub>: En person som valt *att inte donera* kommer att ändra sin uppfattning om organisationen på olika sätt beroende på personens tidigare uppfattning om organisationen.
  - För en organisation som personen tidigare har en positiv eller neutral attityd till kommer han eller hon att ändra attityd till att bli mer negativ mot

organisationen. För en organisation som personen tidigare har en negativ attityd till kommer han eller hon att bibehålla denna attityd.

- H2: En person som valt *att donera* kommer att ändra sin uppfattning om organisationen på olika sätt beroende på personens tidigare uppfattning om organisationen.
  - För en organisation som personen tidigare har en negativ eller neutral attityd till kommer han eller hon att ändra attityd till att bli mer positiv mot organisationen.
  - För en organisation som personen tidigare har en positiv attityd till kommer han eller hon att bibehålla denna attityd.
- H3: Om personen valt att donera mindre än 100 kr kommer effekten att bli svagare än om personen valt att donera 100 kr.

## Metod

Vi har valt experiment som vår metod för att undersöka kognitiv dissonans. Vår tolkning av kognitiv dissonansteorin är nämligen att det är en process som vanligen är automatisk men att man kan ändra sin kognition om man blir medveten om det. Skulle försöksdeltagaren veta exakt vad undersökningen gick ut på skulle han eller hon kanske kunna kontrollera sitt beteende. Detta föranleder att experiment är den bästa undersökningsformen. Kortfattat är vårt experiment indelat i tre delar. I första delen får deltagaren ange sin attityd gentemot 23 organisationer på en skala 1-7, där 1 är ”mycket negativ” och 7 är ”mycket positiv”. Därefter ställs de inför en hypotetisk situation där deltagaren hittar en hundralapp på marken strax innan detta experiment. De får frågan om de kan tänka sig att donera den hundralappen till välgörande ändamål via vår undersökning, om de svarar ja får de även ange hur mycket av den hundralappen de kan tänka sig att donera. I den tredje och avslutande delen får de igen sin attityd gentemot samma 23 organisationer. De två första delarna var identiska för alla deltagare, men i den tredje delen där deltagaren fick reda på var de donerade pengarna skulle gå skiljde sig enkäten åt. Pengarna gick antingen till en positiv, en negativ eller en neutral organisation.

Om experimentdeltagaren valde att ge en donation och sedan i efterhand få reda på var donationen gått skulle kognitiv dissonans uppstå eftersom personen i fråga utfört en handling som troligtvis inte är helt i linje med dennes uppfattning. Detta förutsatt att personen inte tidigare hade en mycket starkt positiv attityd gentemot organisationen. Samma effekt skulle ske för personer som valde att inte ge en donation fast med motsatt attitydförändring och med förutsättningen att personen inte tidigare hade en starkt negativ attityd till organisationen. Vi lät även de som svarade ja till att donera få ange hur mycket av de hundra kronorna de var villiga att donera för att på så sätt ta reda på om storleken av donationen har betydelse för storleken av den eventuella dissonansen.

Den kognitiva dissonansen skulle alltså i vårt fall resultera i både positiva och negativa attitydförändringar. Agerar man i linje med sin attityd, det vill säga genom att ge pengar till en organisation man tycker om eller inte donera till organisationer man inte tycker om, så bör ingen kognitiv dissonans uppstå och det bör heller inte ske någon attitydförändring hos personen. Vi förväntar oss att ungefär lika många ska välja att donera som att inte donera och att färre ska dela upp hundralappen. När en person hamnar i ett tillstånd av kognitiv dissonans

använder sig denne alltså av attribution för att förstå anledningen till att personen blev försatt i detta tillstånd. Vi utgår ifrån att i fallet som vi undersöker är meningen med donationen att experimentdeltagaren ska attribuera dissonansen som denne känner internt efter att ha donerat en summa pengar. Genom att omvärdera sina egna attityder kommer personen att därefter omvärdera organisationen personen donerade till. Omvänt kan det hända att han eller hon attribuerar dissonansen externt och utgår ifrån att det var omständigheter i situationen som påverkade denne att agera på ett visst sätt, i vårt fall att donera eller inte donera (Heider, 1958).

### *Experimentdeltagare*

De mål vi hade när vi valde tillvägagångssätt för att välja ut deltagare till experimentet var att få tag på en grupp så slumpvis vald som möjligt med våra begränsade resurser. Ett problem var att få tag på personer som dels var ensamma under tiden för experimentstillfället, dels hade tid och dels var så ett slumpmässigt stickprov av populationen som möjligt. Populationen i vårt fall är personer boende i Sverige i alla åldrar.

Vi undersökte 83 personer men fick ta bort sex enkäter eftersom de inte var fullständigt ifyllda. Detta gav oss en summa av 77 deltagare i experimentet. Dessa var indelade av oss i tre olika organisationer. Efter experimentets genomförande kunde vi dela in dessa tre i ytterligare tre grupper utefter hur mycket de donerat, de som hamnade under samlingsnamnet donationsgrupperna. Detta resulterade i nio grupper sammanlagt, se tabell 1 (s 17).

Vi valde ut deltagare på ett flertal ställen. Vi frågade människor som satt ensamma vid tågstationer, vid stadsbibliotek och vid universitetsområden om de ville vara med på vårt experiment. Anledningen till att vi frågade just människor som satt ensamma var att om de satt med någon de kände kunde detta inverka på resultatet av enkäten. Vi ansåg att stadsbibliotek var en bra plats för att få tag på personer med de tidigare nämnda kriterierna. Det största problemet med att använda universitetslokaler och bibliotek är kanske en övervikt på högutbildade. Vi försökte tona ner denna övervikt med att använda deltagare som satt och väntade på tågstationer eftersom vi tror att ett stickprov därifrån borde kunna ge en god spridning av både social härkomst och ålder. Det var dock betydligt svårare att få tag på tillräckligt många personer enbart på tågstationer.

Experimentdeltagarna delades slumpvis in i tre grupper vid experimentet genom att vi numrerade varje enkätkompendium slumpmässigt och sen delade ut dem i nummerordning. Vi använde oss inte av en egentlig kontrollgrupp eftersom för varje försöksgrupp blev dess svar för andra organisationer, än just den som testades, automatiskt kontrollgrupp åt de två andra försöksgrupperna. Till exempel användes svaren som deltagare i övriga två grupper gett om Barncancerfonden som kontroll för försöksgruppen Barncancerfonden. Varje enkät gav alltså upphov till resultat för en försöksgrupp och två kontrollgrupper. Anledningen till att vi inte använde en vanlig kontrollgrupp, som inte utförde mellandelen, var för att det skulle vara för svårt att motivera experimentdeltagarna att svara på exakt samma enkät två gånger i rad. Eftersom gruppen inte i egentlig mening är en kontrollgrupp använder vi istället definitionen *jämförelsegruppen* för denna grupp. Vi är medvetna om det faktum att experimentdeltagarens svar för de övriga två organisationerna kan ha påverkats av att denne donerat, eller inte donerat, pengar till den första organisationen. Vi utgår dock ifrån att denna påverkan är försumbar.

### *Material*

Vi använde oss av enkäter som experimentform. Anledningen till detta är att de är mer lättbehandlade än andra typer av experimentformer, både vid distributionen, utförandet och sammanställningen. Dessa enkäter var indelade i tre grupper. Den första delen (se bilaga 1), hädanefter kallad *föredelen*, var exakt likadan för alla grupper. Den beskrev experimentet för experimentdeltagaren och därefter följde frågan ”Vilken är din attityd till följande organisationer?”. Denna fråga följdes av en lista med 23 organisationer. Vid varje organisation fanns det kryssrutor där experimentdeltagaren kunde sätta ett kryss i den ruta som motsvarande dennes attityd mest. Det var sju rutor som angav ”Mkt neg., Ganska neg. Lite neg., Neutral, Lite pos. Ganska pos och Mkt pos”. Vi använde oss av förkortningar av utrymmesskäl och vi anser att det inte var några svårigheter för experimentsdeltagarna att förstå vad förkortningarna stod för. Den första delen avslutades med två frågor om deltagarens kön samt vanor angående donationer och välgörenhet. Dessa frågor var inte tänkta att användas för att beräkna något resultat utan snarare för att ge mer trovärdighet åt experimentet.

Efter att experimentdeltagaren fyllt i den första delen så fick denne en ny del (se bilaga 2), även denna del var likadan för alla grupper, vi väljer att kalla den *mellandelen*. Denna del

angav att personen skulle tänka sig in i den hypotetiska händelsen att han eller hon hade hittat en hundralapp precis innan experimentet. Vidare frågades att om personen kunde, via vårt experiment, skänka dessa pengar till välgörande ändamål skulle denne då göra det och i så fall hur mycket (vid det här laget visste inte deltagaren exakt vad pengarna gick till). Som svarsalternativ fanns ”Ja”, följt av ett utrymme där experimentdeltagaren kunde ange summan, och ”Nej”.

Efter denna del följde den tredje och sista delen. Denna valde vi att kalla *efterdelen* (se bilaga 3). I ingressen på den texten nämndes var pengarna gått till, om personen valt att donera. Det var här indelningen i grupper skedde. En grupp fick besked om att pengarna gått till Barncancerfonden, den andra att pengarna gått till Föreningen för bevarandet av Kyro Älv (hädanefter refererar vi till denna enbart som Kyro Älv) och den tredje att pengarna gått till KRIS – Kriminellas revansch i samhället (hädanefter refererar vi till den som KRIS). Den oberoende variabeln var alltså vilken organisation som experimentdeltagaren donerat till. Den beroende variabeln var hur personen svarade på frågan om dennes attityd till organisationen.

Anledningen till att vi valde att undersöka just dessa tre organisationer var att vi ville testa tre olika typer av organisationer. En som vi förmodade skulle få mycket positiva bedömanden av deltagarna, Barncancerfonden. En annan som vi förmodade skulle få neutrala bedömanden, Kyro Älv, samt en som möjligtvis kunde anses som kontroversiell och få mer negativa bedömanden, KRIS. För att fylla ut enkäterna och låta våra tre försöksorganisationer inte bli för lätta att komma ihåg lade vi till 15 andra organisationer. Dessa organisationer valde vi utifrån samma tre typgrupper som våra försöksorganisationer; positiva, neutrala och kontroversiella.

När vi beräknade resultaten undersökte vi som en extra kontroll dessutom tre, av oss, godtyckligt valda organisationer utifrån de tre typgrupperna. Dessa tre organisationer var Greenpeace, med förmodat höga betyg, Föreningen för samespråkets bevarande (denna refererar vi till som Bevara Samespråket), med förmodat neutrala betyg och slutligen en organisation med förmodat någorlunda kontroversiellt innehåll, Feminist.nu. Anledningen till att vi gjorde denna kontroll var för att minimera, eller snarare undersöka, risken att valet av våra organisationer till försöksgruppen innebär ett, för oss, osynligt problem. Vi valde dessa grupper godtyckligt innan våra resultatberäkningar. Med denna grupp ville vi alltså kunna få svar på frågan om resultaten vi fått från våra tre organisationer i försöksgruppen, som vi ju

också valt godtyckligt, av någon anledning var isolerade till just dessa organisationer. Detta skulle då visa sig som att resultaten från kontrollgrupperna skiljde sig signifikant från jämförelsegrupperna. Resultaten visade senare (se tabell 7, s 23) att de inte skiljde sig signifikant från kontrollgrupperna så vi lämnar dessa grupper därhän.

Vi refererar till gruppen med Barncancerfonden, Kyro Älv och KRIS som *organisationsgrupperna*. Med *donationsgrupperna* syftar vi till alla de som hamnat i en specifik donationskategori efter att experimentdeltagarna gjort sitt val. Dessa grupper är *nej-gruppen* (de som valt att inte donera), *Ja 1-99-gruppen* (de som valt att donera en summa mellan 1 till 99 kronor) och *Ja 100 -gruppen* (de som valt att donera 100 kronor eller mer). Tabell 1 (s 17) visar tydligt hur grupperna är indelade.

Resultat vi förväntat oss att få från dessa organisationer är en hög gradering av Barncancerfonden. Enligt vår hypotes borde inte Barncancerfonden-gruppen ändra sin attityd mot organisationen då en eventuell donation är konsekvent med den, som vi förutsätter, tidigare positiva attityden. Den neutrala organisationen Kyro Älv förväntades ge utslag mitt på skalan på föredelen och således få stort utrymme för både ökning och minskning i attityd. Den sista organisationen, KRIS förmodade vi överlag få låga resultat i föredelen. Detta var ett antagande som visade sig vara fel, vi återkommer till detta i resultatdelen.

Det bör också nämnas att för att kunna hitta organisationer som passade in i våra tre typindelningar så använde vi organisationer som var delvis påhittade eller som inte direkt tog emot donationer. Namnet *Föreningen för bevarandet av Kyro Älv* och tillägget (*Nej till Abort*) till *Ja-till-livet.se* är för att förklara organisationernas ståndpunkt mer tydligt. Organisationerna *Religiösa skolors intressefond* och *Förbundet för dialog om medicinska djurförsök* var dock helt påhittade. Tre organisationer vi tog med finns men är snarare intresseorganisationer än välgörenhetsorganisationer (Feminist.nu, Elöverkänsligas riksförbund och Föreningen för samespråkets bevarande). Namnet *Katolska kyrkans insamlingsfond* är påhittat men anknutet till en organisation som sysslar med välgörenhet. Anledningen till att vi använde oss av falska namn var att det var för svårt att hitta organisationer som passade de neutrala och kontroversiella typindelningarna. Välgörenhetsorganisationer är ju av naturen ofta av allmänt positiv karaktär. Vi valde alltså namn som så tydligt som möjligt skulle skapa en uppfattning hos deltagaren om organisationen, utan att nödvändigtvis behöva känna till den. Vi anser att risken att

användningen av organisationsnamn som inte existerar skulle göra en inverkan på experimentets resultat var försumbart.

### *Procedur*

Vi ville från början undersöka effekten av kognitiv dissonans kontra reciprocitet via den här typen av enkäter. Denna undersökning övergav vi efter en pilotstudie där vi fick nedslående resultat, både i enkäterna och i intervjuer vi hade med experimentsdeltagarna efteråt för att höra hur de hade tänkt under experimentet.

I denna pilotstudie prövade vi också att låta mellandelen i experimentet bestå av en riktig femma (som vi tejpade fast på formuläret) istället för den hypotetiska hundralappen vi senare valde. Detta fungerade inte heller speciellt bra då många antingen inte förstod att de verkligen kunde behålla femman eller, om de valde att behålla femman, inte blev särskilt påverkade av det eftersom valören var så låg. Dessa svar är resultat från intervjuer med de cirka femton personerna i pilotstudien. Eftersom denna metod inte fungerade ändrade vi metoden istället till den som vi beskriver här.

I samtliga fall i experimentet vi sedan använde frågade vi personer som satt ensamma, i lugn och ro, och frågade om de hade tid att vara med på ett experiment vi gjorde för vår uppsats i psykologi. Vi berättade att experimentet var anonymt och att det skulle ta högst fem minuter och gav dem den första delen av experimentet. När de var klara gav vi andra och sen den tredje och sista enkäten. Därefter samlade vi in enkäterna och svarade på eventuella frågor som deltagaren hade.



## Resultat

Resultatdelen har vi delat upp i två delar för att läsaren lättare ska kunna följa hur vi mätt och beräknat våra resultat. *Mätvärden* visar vilka värden vi har mätt och *Beräknade värden* visar vilka resultat vi fått utifrån våra mätvärden. Samtliga beräkningar gjordes i SPSS

### *Mätvärden*

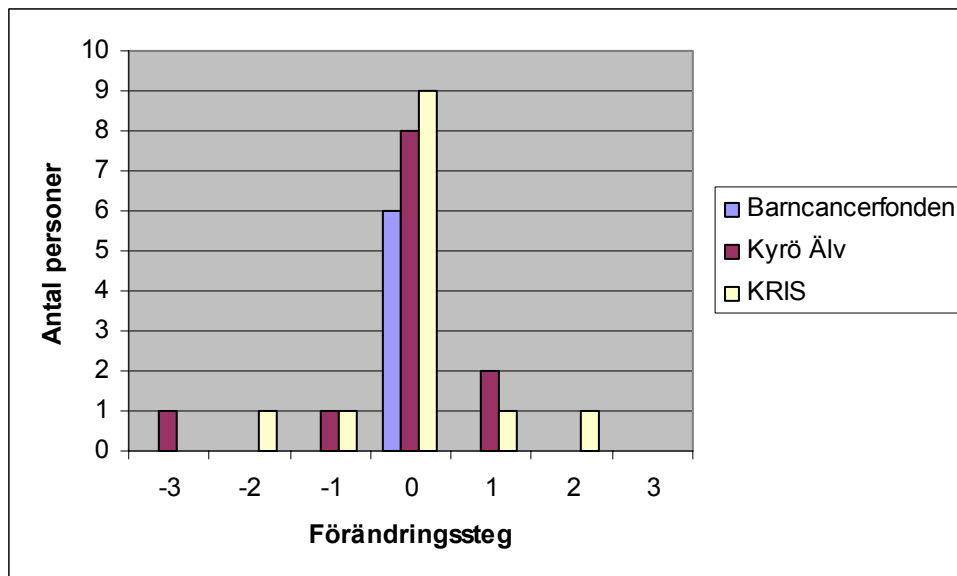
Våra mätvärden visar att det var ungefär lika många som valde att donera fullt 100 kronor som att inte donera alls, se tabell 1. Av dem som enbart donerade en viss del av sina hypotetiska summor, Ja 1-99-gruppen, valde vissa att lägga till text som ”Resten köper jag en trisslott för”. I Ja-100-gruppen sorterade vi in ett par stycken som angav att de ville donera mer än hundra kronor, ända upp till 500 kr.

Tabell 1 *Fördelning av mätgrupperna i antal personer för varje grupp*

		Donationsgrupperna			
	Organisation	Nej	Ja 1-99	Ja 100	Totalt
	Barncancerfonden	6	3	14	23
Organisations- grupperna	Kyro Älv	12	3	10	25
	KRIS	13	5	11	29
	Totalt	31	11	35	77

Tabell 1 visar också spridningen av experimentdeltagare över de nio grupperna och att fördelningen var någotsånär jämn. Av någon anledning var det fler som donerat 100 kr till Barncancerfonden än som avstått från att donera.

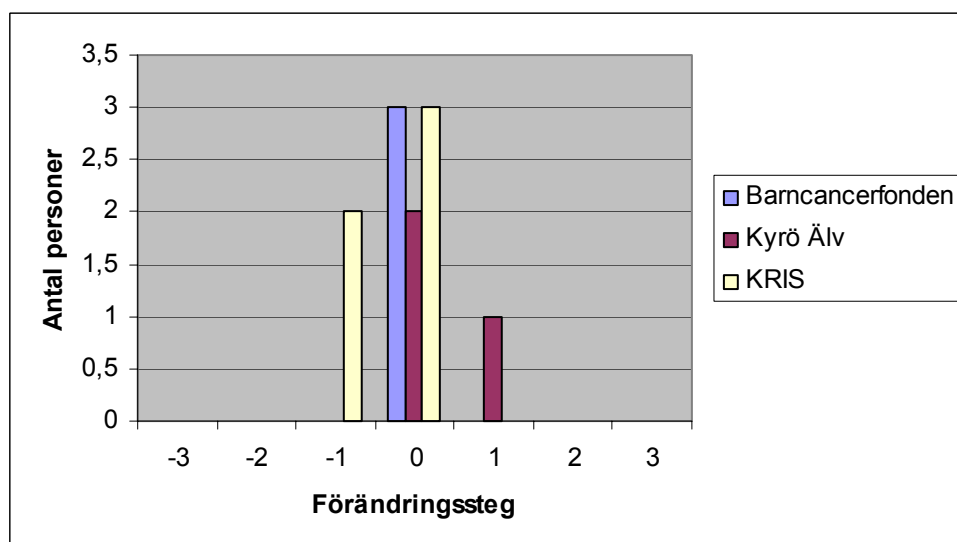
Efter att vi räknat delat upp experimentdeltagarna i de nio grupperna undersökte vi dem var och en samt inom de grupper de tillhörde (donationsgrupp och organisationsgrupp). Vi jämförde det ifyllda svaret på varje enkät före och efter mellandelen och beräknade därefter skillnaden i attityd för de olika grupperna.



Figur 1. Uppmätt förändring i attityd för Nej-gruppen

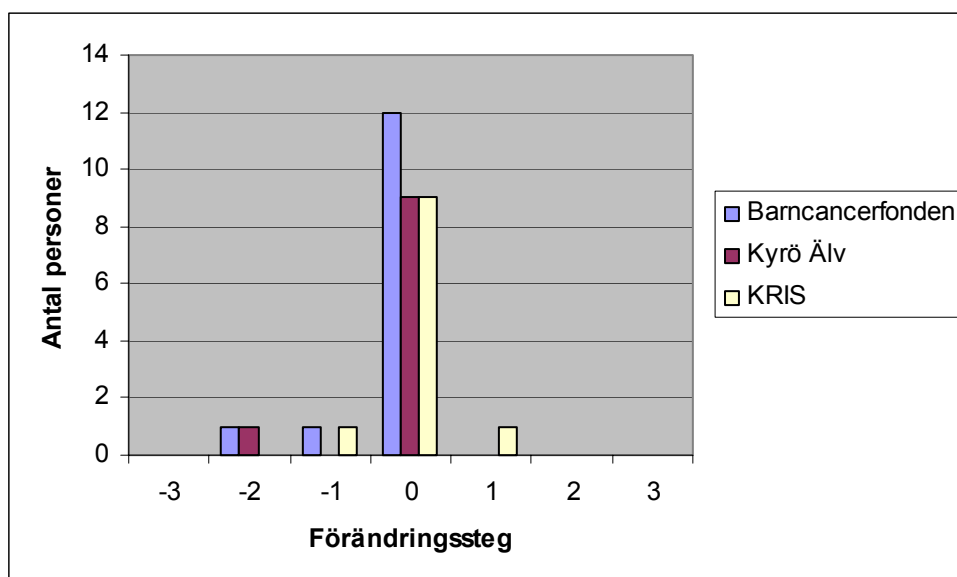
Not: Ett förändringssteg på 0 innebär att personen inte ändrat attityd mellan föredelen och efterdelen

Förändringen resulterade alltså i antingen ett plusvärde, ett minusvärde eller ett oförändrat nollvärde. Som framgår av figur 1 var det i särklass vanligaste utfallet en oförändrad attityd till organisationen för Nej-gruppen.



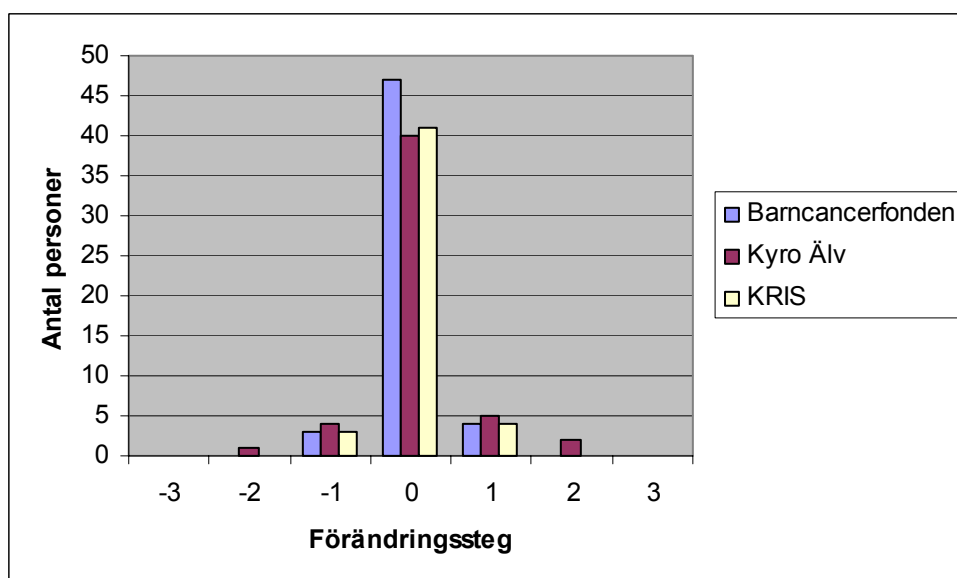
Figur 2. Uppmätt förändring i attityd för Ja 1-99-gruppen

På samma sätt undersöktes Ja 1-99 gruppen och vi fann även här att en oförändrad attityd var vanligast för samtliga organisationer i denna donationsgrupp, se figur 2. Underlaget var som sagt betydligt mindre för denna donationsgrupp så skillnaderna är små.



Figur 3. Uppmått förändring i attityd för Ja 100-gruppen

Vi fick samma typer av mätvärden för donationsgruppen Ja-100. De flesta var oförändrade i sin attityd och detta gällde för samtliga organisationer, se figur 3.



Figur 4. Uppmått förändring i attityd för jämförelsegrupperna

Figur 4 visar att även jämförelsegrupperna hade en fördelning där de allra flesta deltagares attityder var oförändrade.

Efter att ha sammanställt värdena för samtliga av dessa grupper kunde vi fortsätta med att göra beräkningar.

### *Beräknade värden*

Data visar på att samtliga grupper som används för resultatberäkningar i detta delkapitel är normalfördelade.

Tabell 2 *Medelvärden i föredelen*

<b>Organisation</b>	N	M före
Barcancerfonden	23	6.17
Kyro Älv	25	4.12
KRIS	29	4.97

I föredelen stod ju alla experimentdeltagare inför samma förutsättningar så vi kan därmed jämföra medelvärdena för samtliga organisationer, oavsett donationsgrupp. Våra beräkningar av medelvärdet visar på att vårt antagande om att KRIS skulle generera mer negativa attityder hos deltagarna än Kyro Älv var fel. Medelvärdet för KRIS var högre än medelvärdet för Kyro Älv, se tabell 2. Vi återkommer till följderna av detta i diskussionen.

Tabell 3 *Medelvärde, standardavvikelse och variansberäkningar för organisationerna i samtliga donationsgrupper*

Organisation	Antal, N	$\Delta M^1$	SD	Varians
<b>Nej</b>				
Barcancerfonden	6	0	0	0
Kyro Älv	12	-0.17	1.03	1.06
KRIS	13	0	0.91	0.83
<b>Ja 1-99</b>				
Barcancerfonden	3	0	0	0
Kyro Älv	3	+0.33	0.58	0.33
KRIS	5	-0.40	0.55	0.30

**Ja 100**

Barncancerfonden	14	-0.21	0.58	0.34
Kyros Älv	10	-0.20	0.63	0.40
KRIS	11	0	0.48	0.20

**Jämförelsegruppen**

Barncancerfonden	54	+0.02	0.36	0.13
Kyros Älv	52	+0.58	0.64	0.41
KRIS	48	+0.02	0.39	0.15

*Not.* De beräknade värdena bygger på att en enhet (1.0) motsvarar ett steg i enkätens gradskala, exempelvis från ”Lite positiv” till ”Ganska positiv”. Medelvärden i denna analys bygger dessutom på definitionen att värdet 1.0 är ”Mycket negativ” och 7.0 är ”Mycket positiv”. Resterande attityder är definierade som heltalen däremellan.

<sup>1</sup>  $\Delta M$  syftar på förändring i medelvärdet, M, mellan före- och efterdel.

Tabell 3 visar beräkningarna av medelvärdesförändring, standardavvikelser och varians för de nio olika grupperna samt för jämförelsegruppen. Speciellt noterbart är avsaknaden av positiva medelvärdesförändringar för Ja 100-gruppen. Man kan också se att samtliga värden i medelvärdesförändring, standardavvikelse samt varians för organisationen Barncancerfonden var 0 för både Nej och Ja 1-99 grupperna. Detta beror på att samtliga deltagare var helt oförändrade i sin attityd inom dessa grupperingar (se figur 1 och 2).

## Analys

### Anova.

Vi analyserade våra enkätdata med envägs-Anova med ett så kallat omnibus-test för med detta test se om det föreligger en skillnad i medelvärdesförändring mellan de tre organisationsgrupperna och de tre jämförelsegrupperna. Samma analys gjordes för de tre donationsgrupperna. Vi började med Levenes test för att undersöka så att grupperna har lika varians. Då den inte är signifikant ( $p > 0.05$ ) så har grupperna lika varians och vi kunde fortsätta med Between Subject-analys.

Tabell 4 *Envägs-Anova-jämförelse inom grupperna för organisationer samt donationer*

Grupp	Levenes test	Between subjects	Observerad effekt	Effekt
Organisationsgrupperna inkl jämförelsegrupperna (oavsett donationsgrupp)	F = 1.93 $p = .15$	F = 0.042 $p = .96$	.056	Nej
Donationsgrupperna (oavsett organisationsgrupp)	F = 0.41 $p = .67$	F = 0.109 $p = .90$	.066	Nej
Kontroll gentemot tre andra organisationer	F = 1.51 $p = .19$	F = 1.07 $p = .37$	.38	Nej

*Notering:* Samtliga data i denna beräkning är normalfördelade

I denna Anova-analys, se tabell 7, undersökte vi först medelvärdesförändringen i samtliga organisationsgrupper och samtliga jämförelsegrupper med varandra, sammanlagt sex grupper. I analysen undersökte vi om det fanns en signifikant skillnad mellan någon som helst av dessa sex grupper. En signifikansnivå,  $p$ , under 0.05 i *Between Subjects* hade inneburit att det funnits en signifikant inbördes skillnad mellan *någon* av dessa sex grupper. Eftersom vi inte fann en signifikant skillnad och således ingen effekt gick vi inte vidare för att parvis undersöka relationerna mellan specifika organisationer. Detsamma gällde för vår analys av donationsgrupperna. Den observerade effekten visar hur stor sannolikheten är att resultaten vi fått är på grund av vår påverkan. Denna sannolikhet är alltså runt 6 %.

Det var vid denna analys vi undersökte medelvärdesförändringen för organisationsgrupperna och jämförelsegrupperna med medelvärdesförändringen för tre andra organisationer

(Greenpeace, Bevara Samespråket och Feminist.nu), sammanlagt alltså nio grupper. Beräkningarna visar på en icke-signifikant skillnad,  $p > 0.05$ .

*T-test.*

Ett t-test mäter om resultaten skiljer sig signifikant från ett värde. Vi gjorde därför t-test på värdet 0 för medelvärdesförändringen för att se om det har skett en signifikant förändring i attityder hos experimentdeltagarna, se tabell 8 och tabell 9.

Tabell 5 *T-test för samtliga organisationsgrupper kontra donationsgrupperna*

Organisation	Nej	Ja 1-99	Ja 100
Barncancerfonden	t: 0 $p = 1.0$	t: 0 $p = 1.0$	t: -1.39 $p = .19$
Kyro Älv	t: -0.56 $p = .59$	t: 1.0 $p = .42$	t: -1.0 $p = .34$
KRIS	t= 0 $p = 1.0$	t: -1.63 $p = .18$	t: 0 $p = 1.0$

*Not.* Data visar att samtliga av dessa nio grupper är normalfördelade

Tabell 6 *T-test för jämförelsegrupperna*

Organisation	t-värde	p
Barncancerfonden	0.38	.71
Kyro Älv	0.65	.52
KRIS	0.38	.71

Resultaten i tabellerna 8 och 9 visar på att det inte heller här fanns några signifikanta resultat. Ingen grupp som kontrollerades hade alltså en medelvärdesförändring som skiljt sig signifikant från värdet 0.

## Diskussion

Fördelningen av donationsgrupperna blev, som väntat, jämn över experimentet. Det var ungefär lika många som kunde tänka sig att donera den fiktiva hundralappen som valde att behålla den. Däremot var det färre som valde att dela upp hundralappen och behålla en del själv, även detta är resultat vi hade väntat oss.

Vår Anova-analys visade att ingen effekt är signifikant. Det finns alltså ingen signifikant skillnad i attitydförändring mellan organisationerna i organisationsgrupperna eller jämförelsegruppen. Analysen visade vidare att det inte heller finns det någon skillnad i attitydförändring mellan donationsgrupperna. T-test-analysen visade dessutom att det inte finns någon signifikant ändring av attityd mellan föredelen och efterdelen för organisationsgrupperna eller donationsgrupperna.

Det är viktigt att komma ihåg att eftersom vi inte fått signifikanta resultat så kan våra slutsatser som följer inte tas för annat än kvalificerade gissningar. Trots detta har vi försökt att tyda resultaten så gott vi kan. Det vi kan säga är att vi tvingas förkasta vår första och andra hypotes (att experimentdeltagarna ändrar sin attityd mot organisationen positivt respektive negativt) men vi kan inte förkasta nollhypotesen (att experimentdeltagarna inte ändrat sin attityd gentemot organisationerna). Trots att våra resultat inte visar någon förekomst av attitydförändring på grund av kognitiv dissonans kan vi inte dra slutsatsen att teorin är inkorrekt, snarare vår metod. Undersökningar liknande våra, har med andra metoder och under 50 år framgångsrikt påvisat effekter av teorin.

Via våra medelvärdesberäkningar såg vi att KRIS inte alls genererade några negativa bedömningar som vi hade antagit, snarare tvärtom. Detta får till följd att organisationen i diskussionen får behandlas utifrån denna nya utgångspunkt. Vi ändrar dock inte uppfattning om att organisationen kan anses vara kontroversiell. Vår uppfattning är istället att organisationen fortfarande är kontroversiell om än ganska populär.

Genom Anova-analysen såg vi att det inte finns några signifikanta skillnader mellan grupperna. Den lägsta signifikansen vi beräknade var .90 (se tabell 4, s21) vilket är alldeles för stor sannolikhet för att man ska kunna bortse resultatet från slumpen. Anledningen till att vi inte kunde se några skillnader är till stor del att resultaten visar att experimentdeltagarna



faktiskt inte har ändrat sin attityd. T-testet visade ju att attitydförändringarna var ickesignifikanta och finns det ingen attitydförändring så innebär det ju att man heller inte får någon skillnad i attitydförändring mellan grupperna.

Vi utgår ifrån att det finns flera anledningar till att experimentdeltagarna inte ändrade sin attityd. För att vi ska få ut en effekt av experimentet måste deltagaren hamna i kognitiv dissonans och vi måste med vårt test kunna mäta denna kognitiva dissonans. Personen i fråga måste också bortse ifrån vad denne angav för attityder i föredelen i så stor grad att det blir försumbart när denne anger attityderna igen i efterdelen. Dessutom måste personen agera som om denne inte hade en aning om vad experimentet gick ut på. Detta har uppenbarligen inte skett.

Eftersom våra data indikerar på resultat som i stort både är oförändrade och ibland dessutom strider mot vår hypotes samt att alla resultat dessutom är ickesignifikanta så kan vi konstatera att om personen upplevt kognitiv dissonans så är effekten av den mycket liten jämfört med annan påverkan. Om personen dock upplevt kognitiv dissonans, om än bara lite, kan vårt mätsystem också ha varit för grovt för att mäta det. Andra faktorer, som till exempel viljan att vara konsekvent eller bristen på motivation för testet, kan också spela in i sådan hög grad att den eventuella kognitiva dissonansen blir försumbar. Istället för att få fram resultat på det ”inkonsekventa och ologiska” beteende som kognitiv dissonans är så fick vi alltså konsekventa svar.

En mycket viktig bidragande anledning till att deltagarna inte ändrat sin attityd kan vara att deltagaren kommer ihåg vad han eller hon svarade i föredelen för en viss organisation när deltagaren svarar i efterdelen för samma organisation. Organisationerna kommer i samma ordning vilket kan göra det lättare att komma ihåg hur man svarade innan donationserbjudandet. Detta skulle visa sig i data som att attityderna förblev oförändrade. Däremot är standardavvikelseerna för de olika organisationsgrupperna och donationsgrupperna lika standardavvikelseerna för jämförelsegrupperna. Detta skulle tyda på att deltagarna inte var exaktare i sitt minne av vad de svarat i föredelen för organisationsgrupperna jämfört med de andra. Standardavvikelsen bygger dock på ett väldigt litet sampel så det är mycket svårt att konstatera något utifrån denna information. Det bör också nämnas att det i vissa fall var svårt att motivera deltagarna att fylla i efterdelen eftersom den praktiskt taget var identisk med

föredelen. Det gick bättre om vi såg till att inte vara i närheten av experimentdeltagaren när denne gjorde experimentet eftersom han eller hon då inte kunde diskutera detta med oss.

En annan effekt som skulle kunna påverkat resultaten är att experimentdeltagarna förstått vad experimentet gått ut på eller trott sig veta vad experimentet gått ut på. Kommentarer vi fick höra efter att deltagarna lämnat in enkäterna var att de trodde att det rörde sig om en minnesundersökning eller ett experiment för att undersöka hur konsekvent man var i sina svar. Dessa två typer av gissningar skulle definitivt påverka deltagarna till att försöka svara så konsekvent som möjligt och vi skulle således inte kunna mäta någon förändring i attityd. Vi tror dock att sannolikheten är låg att deltagarna förstod att experimentet handlade just om kognitiv dissonans då denna teori inte torde vara allmänt känd.

Effekten av den hypotetiska hundralappen som deltagaren valde att donera eller inte donera var troligtvis heller inte tillräckligt stark för att personen skulle uppleva kognitiv dissonans. Hade vi exempelvis haft möjligheten att låta personen donera riktiga pengar, samt upprepade gånger under en längre tid, hade effekten sannolikt blivit större. Det hade dock blivit väldigt svårt att få deltagarna att kontinuerligt donera pengar till ett okänt välgörande ändamål och via en för dem okänd undersökning.

Våra data visar tvärt emot vår hypotes om vad som skulle hända efter att deltagarna donerat 100 kr till en organisation. Resultaten för både Kyrö Älv och Barncancerfonden visade en negativ attitydförändring när de borde ha fått en positiv respektive oförändrad attitydförändring. (KRIS var däremot oförändrad). Vår förklaring till detta är att när en deltagare väljer att donera 100 kr till ett välgörande ändamål, vilket är en ganska hög summa, så bygger de kanske upp en bild av vilken organisation pengarna kommer att gå till; den organisationen experimentdeltagaren sympatiserar mest med. Detta behöver inte ens vara en organisation som är med i enkäten. När de sedan ser vilken organisation donationen gått till upplever de möjligtvis besvikelse som i princip är oundviklig. Denna besvikelse uttrycker de genom att nedvärdera sin attityd till organisationen de just donerat pengar till. Personen torde då uppleva kognitiv dissonans eftersom handlingen inte korresponderar med attityden. Denna motsatta effekt har vi också sett på andra resultat i undersökningen, en effekt vi förklarar nedan.

Vår hypotes var ju att Ja-100-gruppen skulle hamna i större kognitiv dissonans än Ja-1-99 gruppen men våra data antyder att det kanske är tvärtom. Ja 1-99-gruppen visade störst individuell spridning för Kyro Älv och KRIS. Detta kan kanske förklaras med att de kanske ägnade mer tid åt eftertanke och satte sig in i den hypotetiska akten mer än de andra donationsgrupperna. De andra grupperna svarade möjligtvis mer slentrianmässigt på mellandelen. Att kryssa i en ruta eller välja ett förbestämt värde (100 kronor) kräver troligtvis mindre eftertanke än att specificera ett värde. Effekten av mer eftertanke borde då visa sig i att personen är mer benägen att hamna i kognitiv dissonans. Detta kan förklara för den relativt starka positiva förändringen i attityder för Kyro Älv (+0.33). Att attitydförändringen för KRIS blev starkt negativ (-0.40) kan liksom andra fall där vi fått negativa attitydförändringar där vi förväntat oss positiva bero på att deltagaren blev irriterad över att pengarna gått till en organisation denne inte stödjer. Organisationen må vara populär bland de flesta men vissa tyckte inte alls om den. Det skulle kunna innebära att personen faktiskt hamnar i ett tillstånd av kognitiv dissonans när denne upptäcker sitt misstag. Effekten stöds dock inte av teorin. Istället är vår förklaring att de attribuerar sitt misstag på organisationen och "hämnas" mot denna genom att sympatisera mindre med den. Vi förklarar detta med att genom att personen hämnas på organisationen får de utlopp för den frustration, och dissonans, som de upplever. Denna förklaring stöds av ett fåtal spontana reaktioner vi fått från experimentdeltagare.

Enligt Festingers teori om kognitiv dissonans så leder dissonansen oftare till att man ändrar handling efter attityden man har än att man ändrar attityden efter en handling man begått. Det är alltså svårare att ändra sin attityd efter sitt handlande än tvärtom. I vårt experiment hade deltagarna ingen chans att ändra sitt handlande utan vi förlitade oss på att de skulle ändra attityden efter handlandet istället. Eftersom denna förändring är svårare att genomgå så är det möjligt att det inte skedde.

Våra icke-signifikanta resultat ger oss samtidigt andra, mer positiva, erfarenheter. Det säger en del om hur svårt det faktiskt är att utforma ett eget experiment och med eget experimentmaterial, trots pilotundersökningar, intervjuer och relativt litet bortfall. Det som inte kunde visas, visades förhoppningsvis med besked i alla fall! Det är uppenbarligen inte heller så lätt att få folk att ändra attityd med en enkel handling vilket faktiskt är ett ganska betryggande resultat. Det skulle ju kanske kunna användas för tveksamma politiskt strategiska ändamål.

En sammanfattande slutsats är att vi inte fått någon effekt av vårt experiment varken genom signifikanta ändringar i t-test eller genom signifikanta skillnader mellan grupperna. Dessutom skiljer sig inte donationsgrupperna från jämförelsegrupperna. I vårt experiment följer alltså inte attityden en handling enligt kognitiv dissonansteori. Vår främsta förklaring till detta är den kognitiva dissonansen var för liten och att den kognitiva dissonansen har blivit överröstad av andra motivationsfaktorer. Att ge en hypotetisk hundralapp i donation till en organisation, oavsett ens tidigare attityd mot den sen tidigare, är kanske inte tillräckligt för att skapa en mätbar dissonans. Experimentdeltagarna har kanske inte känt tillräckligt stor dissonans för att känna att de måste göra någonting åt den, det vill säga ändra uppfattning om organisationen.

## Referenslista

Chen, S., Shechter, D., & Chaiken, S. (1996). Getting at the truth or getting along: Accuracy versus impression-motivated heuristic and systematic processing. *Journal of Personality and Social Psychology*, *71*, 262-275.

Clark, E., McCann, T. V., Rowe, C., & Lazenbatt, A. (2004). Cognitive dissonance and undergraduate nursing students knowledge of, and attitudes about, smoking. *Journal of Advanced Nursing*, *46*, 586-594.

Festinger, L. (1957). *A Theory on Cognitive Dissonance*. Stanford, CA: Stanford University Press

Harmon-Jones, E., Brehm, J. W., Greenberg, J., Simon, L., & Nelson, D. E. (1996). Evidence that the production of aversive consequences is not necessary to create cognitive dissonance. *Journal of Personality and Social Psychology*, *70*, 5-16.

Heider, F. (1958). *The psychology of interpersonal relations*. New York: Wiley.

Liska, A. E., Felson, R. B., Chamlin, M., Baccaglini, W. (1984). Estimating attitude-behavior reciprocal effects within a theoretical specification. *Social Psychology Quarterly*, *47*, 15-23.

Ruiz, F., & Tanaka, K. (2001). The relationship between cognitive dissonance and helping behaviour. *Japanese Psychological Research*, *43*, 55-62.

Wood, W. (2000). Attitude Change: Persuasion and Social Influence, *Annual Review of Psychology*, *51*, 539-570.

## Bilaga 1 Enkät *Föredelen*

### Välgörenhetsorganisationer, intresseorganisationer och donationer

Den här undersökningen undersöker välgörenhetsorganisationer, intresseorganisationer och andra organisationer som tar emot donationer. Undersökningen tar mindre än fem minuter och är helt anonym.

Vi vill nu att du svarar på frågorna nedan.

Skalan är **kontinuerlig** och går från ”**Mycket Negativ**” till ”**Mycket Positiv**”. Ta den tid du behöver och svara så sanningsenligt du kan.

### **Vilken är din attityd till nedanstående organisationer?**

<b>Organisation</b>	<b>Mkt Neg</b>	<b>Ganska Neg</b>	<b>Lite Neg</b>	<b>Neutral</b>	<b>Lite Pos</b>	<b>Ganska Pos</b>	<b>Mkt Pos</b>
Barncancerfonden	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Djurens Vänner	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Religiösa Friskolors Intressefond	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Katolska Kyrkan i Sveriges Insamlingsfond	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Cancerfonden	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Greenpeace	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Fonden för bevarandet av Kyro Älv	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Förbundet Dialog om Medicinska Djurförsök	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Föreningen Bevara Samespråket	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Hjärt- Lungfonden	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Feminist.nu	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ryska Barnhemsfonden	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Föreningen mot kroniska besvär	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Röda Korset	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
KRIS –Kriminellas Revansch i	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Samhället							
WWF – Världsnaturfonden	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Rädda Barnen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ja-Till-Livet.se – (Nej till abort)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Amnesty International	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
SOS - Barnbyar	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Läkare Utan Gränser	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Riksförbundet för trafik – och polioskadade	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Elöverkänsligas Riksförening	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**Är du:**

Kvinna

Man

Är du för närvarande medlem i en välgörenhetsorganisation? Om ja, vilken.....

Brukar du donera pengar till välgörenhetsorganisationer? Om ja, hur ofta?.....

Detta avslutar den första delen.

## Bilaga 2 Enkät *Mellandelen*

Tänk dig nu att precis innan du gjorde den här undersökningen hittade du **100 kr** på marken. Du vet inte vems pengar det kan ha varit och kan inte lämna tillbaka dem även om du så hade velat.

Tänk dig sedan att du kan donera pengar **via** vår undersökning till **välgörande ändamål**, genom att lägga dessa pengar i till exempel en bössa. Du skulle få bestämma dig nu och kan förstås inte ångra dig sedan.

Skulle du då donera pengar och i såna fall hur mycket?

- JA \_\_\_\_\_ kr.  
 NEJ



### Bilaga 3 Enkätexempel på *efterdelen*

Din donation (om du valde att donera) skulle ha lämnats vidare till **Barncancerfonden**. Tack för ditt bidrag!

Vi vill nu att du svarar på frågorna nedan.

Skalan är **kontinuerlig** och går från **”Mycket Negativ”** till **”Mycket Positiv”**. Ta den tid du behöver och svara så sanningsenligt du kan.

**Vilken är din attityd till nedanstående organisationer?**

Organisation	Mkt Neg	Ganska Neg	Lite Neg	Neutral	Lite Pos	Ganska Pos	Mkt Pos
Barncancerfonden	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Djurens Vänner	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Religiösa Friskolors Intressefond	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Katolska Kyrkan i Sveriges Insamlingsfond	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Cancerfonden	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Greenpeace	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Fonden för bevarandet av Kyro Älv	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Förbundet Dialog om Medicinska Djurförsök	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Föreningen Bevara Samespråket	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Hjärt- Lungfonden	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Feminist.nu	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ryska Barnhemsfonden	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Föreningen mot kroniska besvär	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Röda Korset	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
KRIS –Kriminellas Revansch i Samhället	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

WWF – Världsnaturfonden	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Rädda Barnen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ja-Till-Livet.se – (Nej till abort)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Amnesty International	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
SOS - Barnbyar	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Läkare Utan Gränser	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Riksförbundet för trafik – och polioskadade	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Elöverkänsligas Riksförening	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Undersökningen är nu slut. Tack för din medverkan!