

Streszczenie

Głównym celem niniejszej pracy była analiza roli kontekstu sytuacyjnego w postaci rywalizacji i współpracy w społecznej indukcji afektu, czyli procesie, w wyniku którego emocje nadawcy wpływają na emocje odbiorcy. Opierając się na doniesieniach z literatury i dotychczasowych wynikach badań, sformułowałam dwie hipotezy badawcze: (1) współpraca, tworząc afiliacyjny kontekst interakcji, będzie sprzyjała indukcji reakcji zbieżnych z ekspresją nadawcy (czyli tzw. zarażaniu afektywnemu); (2) rywalizacja, tworząc nieafiliacyjny kontekst, będzie blokowała ten proces, szczególnie wtedy gdy nadawca będzie wyrażał pozytywny stan afektywny. Dodatkowo sprawdzałam, czy jakość (a nie tylko znak) przenoszonych emocji oraz płeć odbiorców będą moderatorami wpływu rywalizacji/współpracy na społecznie indukowany afekt. W celu weryfikacji tych przypuszczeń i odpowiedzi na postawione pytania przeprowadziłam trzy badania eksperymentalne na łącznej próbie $N = 651$, różniące się sposobem indukcji afektu oraz manipulacji kontekstem rywalizacji/współpracy. Zgodnie z przewidywaniami, w warunkach współpracy osoby badane przejmowały afekt współpracowników, z wyjątkiem złości w Badaniu 2, a w warunkach rywalizacji nie przejmowały afektu od radosnego rywala. W przypadku afektu negatywnego w kontekście rywalizacji istotną rolę odgrywał rodzaj ekspresji emocjonalnej nadawcy. Płeć odbiorców, z wyjątkiem transferu radości i złości w Badaniu 3, nie wpływała na uzyskane wyniki. Rezultaty są dyskutowane w kontekście społecznej funkcji emocji oraz kontekstualnego modelu mimikry emocjonalnej.

Słowa kluczowe: społeczna indukcja afektu, zarażanie afektywne, rywalizacja, współpraca, społeczno-funkcjonalne podejście do emocji