

Šta mi mislimo o meni – – povezanost međusobnih procena ispitanika i njihovih očekivanja o procenama drugih

Cilj rada je bio da se ispita da li postoji povezanost između samoprocena (realno ja), procena drugih, procena mišljenja drugih o nama (javno ja) i procena nas od strane drugih. U istraživanju je učestvovalo 75 ispitanika oba pola, srednjoškolskog uzrasta, podeljenih u grupe od po četvoro. Njihov zadatak bio je da procene šta misle o sebi, šta misle o ostalim ispitanicima iz grupe i šta misle da drugi ispitanici iz grupe misle o njima. Pridevi korišćeni u instrumentu su se grupisali u dva faktora: socijalna atraktivnost i agresivnost. Prema rezultatima, realno ja se razlikuje od javnog ja, iako mi nismo toga svesni. Neke osobine možemo da kontrolišemo i promenimo njihovo prikazivanje drugima (socijalna atraktivnost), ali neke ne možemo (agresivnost), ali verujemo da možemo. Procene mišljenja drugih menjaju naše mišljenje o njima u istom smeru.

Uvod

Pod socijalnom percepcijom se podrazumeva opažanje drugih ljudi, njihovih odnosa, socijalnih situacija i grupa. Važni aspekti ovog procesa jesu ocenjivanje, vrednovanje i tumačenje osobina ličnosti, fizičkog izgleda, ponašanja, namera, emocija i motiva drugih ljudi. Socijalna percepcija se formira pod uticajem različitih kulturnih, socijalnih i ličnih činilaca. Ovaj rad će se bliže baviti opažanjem osoba.

Proces opažanja osoba je bazični mehanizam neposredne socijalne interakcije, a upoznavanje i razumevanje jesu njegovi glavni efekti (Havelka 1992). Pod tim procesom se podrazumeva pripisivanje osobina ličnosti osobama koje su predmet opažanja. Može se definisati i kao proces kojim se pored fizičkih karakteristika ocenjuje psihičko stanje, emocije, osobine, crte ličnosti i stavovi, a ne retko i uzroci i namere ponašanja. Važna karakteristika opažanja osoba jeste i to da se ponašanje drugih osoba ocenjuje pomoću istih psiholoških pojmova pomoću kojih se objašnjava sopstveno ponašanje. Osoba psihičke procese u drugome opaža analogno psihičkim procesima u sebi. Opažanje osoba je i dvosmerni proces, jer su obe osobe u isto vreme i subjekti i objekti posmatranja.

*Anja Simanić (1986),
Beograd, Ratka
Mitrovića 54/b,
učenica 3. razreda
XIII beogradske
gimnazije*

*Nevena Đoković
(1985), Zaječar,
Omladinska 59,
učenica 4. razreda
Gimnazije u Zaječaru*

*Jelena Popov (1985),
Beograd, Turgenjeva
4, učenica 4. razreda
XIII beogradske
gimnazije*

*Bojana Vujović
(1985), Beograd, Prve
pruge 41/26, učenica
4. razreda Filološke
gimnazije u Beogradu*

Ocena (sud) o nekoj osobi se najčešće donosi na osnovu jednog kratkog susreta i naziva se prva impresija. Pod njom se podrazumeva formiranje celokupne slike o jednoj osobi na osnovu nekoliko oskudnih informacija dobijenih prilikom prvog kontakta. Prva impresija je često netačna, a gotovo uvek nepotpuna, pa je podložna raznim greškama. Jedna od tih grešaka, a ujedno i bitan faktor koji utiče na formiranje opšte impresije je halo-efekat. Osnovni princip halo-efekta je da ako se jedna osobina date osobe proceni kao pozitivna, velika je verovatnoća da će se i sve ostale osobine te osobe proceniti u skladu sa prvom. Novu osobinu prilagođavamo i trudimo se da uklopimo u kontekst već stvorene impresije, na čije formiranje u većoj meri utiču samo određene osobine (centralne crte). Postoji veliki broj činilaca koji ometaju objektivnost prilikom opažanja osoba. Među tim činilcima jesu i karakteristike osoba koje učestvuju u opažanju, njihova zatvorenost i suzdržanost u ispoljavanju svojih osobina i emocija, kao i namerno netačno i lažno prikazivanje sebe samoga (Rot i Radonjić 2002). Možemo reći da je opažanje osoba dinamički proces koji se dešava u interakciji sa drugim osobama, koji počiva na saznanjima pojedinca o drugoj osobi i o samome sebi.

Saznanje koje osoba ima o sebi, tj. svest o sebi, predstavlja svest o sopstvenom ja kao izdvojenom, osobenom, neponovljivom entitetu kao i njegovim pojedinim aspektima (fizičkim, socijalnim, moralnim) i odlikama (Havelka 1992). Osoba dolazi do saznanja o sebi upravo kroz socijalnu interakciju, odnosno opažanjem i analizom reagovanja sredine na njeno ponašanje. Prvi korak u razumevanju sopstvenih postupaka jeste stavljanje u poziciju drugog i analiziranje sopstvenih postupaka iz ugla drugog. Međutim, ne možemo se staviti u poziciju bilo koje osobe, odnosno, nije svaka osoba naše socijalno ogledalo. To su najčešće oni koji su nam slični po stavovima, sposobnostima i reagovanjima koje želimo da ocenimo.

U Hajderovoj raspravi o opažanju moguće je uočiti tri aspekta procesa samo-opažanja. Prvi se ogleda u nastojanjima osobe **P** da upozna i razume sebe kao aktera i kao ličnost. On je usresređen na to kako osoba **P** opaža i saznaje sebe. Drugi je okrenut samokontroli osobe **P** nad svojim manifestnim ponašanjem i izražavanjem sopstvenih osobina, a sve sa ciljem da druga osoba, osoba **O**, stekne o osobi **P** onu sliku koju je sama osoba **P** odabrala ili zamislila. Treći se svodi na pokušaj osobe **P** da otkrije kakvu sliku o njoj je stvorila osoba **O** i time dođe do osnove za predviđanje njenog ponašanja u daljoj interakciji (Havelka 1992). Oslanjajući se na Hajderov drugi aspekt samo-opažanja može se doći do zaključka da se slika o sebi, pored svog javnog i idealnog segmenta, kroz socijalnu interakciju raslojava na još dva dela: privatno i javno ja. Pod idealnim ja podrazumevaju se one osobine ličnosti kojima mi težimo i koje želimo da imamo. Privatno ja jeste mišljenje koje mi imamo o sebi, dok je javno ja

deo čovekove ličnosti koju on prikazuje drugima. Briga o privatnom i javnom ja zahteva procese samo-otkrivanja, samo-prikazivanja i samo-motrenja.

Samo-otkrivanje se odnosi na vrstu i količinu informacija koju ćemo prikazati drugima kao i način na koji ćemo ih prikazati.

Samo-prikazivanje je oblikovanje sopstvenog ponašanja u cilju prenošenja određenih informacija o sebi drugim osobama, koje ne mora biti ni svesno ni tačno. Baumajster govori o dva osnovna motiva samo-prikazivanja. Prvi se ogleda u težnji za naklonošću drugih. Osoba nastoji da uskladi svoje ponašanje sa kriterijumima i očekivanjima drugih ljudi. Drugi motiv jeste nastojanje osobe da svoje idealno ja što više približi svom javnom ja. Dok je motiv ugadanja drugim osobama promenljiv u zavisnosti od situacije i kontakta sa drugim osobama, konstrukt samo-prikazivanja je stabilan.

Samo-motrenje se ispoljava kroz zainteresovanost osobe da kontroliše tuđe mišljenje o sebi. Da bi upravljala impresijom drugih osoba, ona mora motriti na svoje ponašanje i reakcije koje ono izaziva kod drugih.

Formiranje mišljenja o drugim ljudima zavisi od mnoštva različitih faktora, a jedan od preduslova je svest o sopstvenim osobinama. Tek stvaranjem svesti o sopstvenim osobinama čovek dolazi u mogućnost da proceni druge osobe. Složenost procesa opažanja osoba se ogleda u tome što smo mi, ocenjujući druge osobe, svesni činjenice da smo u isto vreme i predmet ocenjivanja. Uz to istovremeno pazimo kako se prikazujemo drugima, pokušavajući da na taj način kontrolišemo sliku koju će oni o nama izgraditi. Kako se prikažemo drugima uticaće na to kako će nas oni oceniti. Ta povratna informacija koju dobijamo od drugih, tj. mišljenje koje naša okolina ima o nama, uticaće na promenu već izgrađenog mišljenja koje imamo o sebi. Dakle, samoprocene i procene drugih, kao i mišljenja drugih o nama trebalo bi da međusobno koreliraju.

Cilj istraživanja je bio da se ispita da li postoji korelacija između samoprocena, procena drugih, procena mišljenja drugih o nama i procena nas od strane drugih. Ako bi se empirijski utvrdilo da postoje, pomenute korelacije bi ukazivale na međuzavisnost i interakciju pomenutih procena i mogle bi da idu u prilog pretpostavci po kojoj je opažanje osoba složen, dinamičan i interaktivan proces.

Materijal i metod

Hipoteze

- 1) Samoprocena ispitanika će biti u skladu sa procenom ispitanika o mišljenju drugih osoba o njemu

- 2) Samoprocena ispitanika će biti u skladu sa time kako ga drugi ispitanici procenjuju
- 3) Mišljenje ispitanika o tome kako ga druga osoba procenjuje pozitivno će korelirati sa stvarnom procenom te osobe o njemu
- 4) Mišljenje ispitanika o tome kako ga druga osoba procenjuje biće u skladu sa tim kako on nju procenjuje
- 5) Mišljenje koje ispitanik ima o nekoj osobi biće u skladu sa tim kako ta osoba procenjuje ispitanika

Uzorak je bio prigodan i činilo ga je 75 ispitanika oba pola, učenika drugog i trećeg razreda XIII beogradske gimnazije i Gimnazije iz Zaječara.

Varijable

- samoprocena ispitanika – realno ja, operacionalizovana preko odgovora na upitniku
- procena ispitanika o mišljenju drugih osoba o njemu – javno ja, operacionalizovana preko odgovora na upitniku
- procene drugih osoba iz grupe, operacionalizovane preko odgovora na upitniku
- procena ispitanika od strane druge osobe, operacionalizovana preko odgovora na upitniku

Postupak i instrument

Istraživanje je obavljeno u učionicama u kojima su klupe raspoređene u obliku latiničnog slova U, jer je na taj način ispitanicima omogućen vizuelni kontakt. Svaki ispitanik je imao svoj broj. Zatim su nasumično izvučeni brojevi ispitanika koji čine grupe od po četvoro. Na ovaj način ispitanik nije mogao da vidi upitnike osoba iz njegove grupe a mogao je da vidi osobe, tj. obezbeđena je anonimnost ispitanika. Zadatak svakog ispitanika je bio da na upitniku proceni sebe, ostale tri osobe iz grupe i da proceni njihovo mišljenje o sebi. Grupe su činili ispitanici iz istih odeljenja, što je obezbedilo međusobno poznavanje ispitanika. Upitnik se sastojao od 25 parova opozitnih prideva, odnosno skala, predstavljenih u formi semantičkog diferencijala, raspona od -3 do +3.

nežan -3 -2 -1 0 1 2 3 grub

Pridevi od kojih je sačinjen upitnik preuzeti su sa spiska 45 najčešće korišćenih prideva u istraživanjima socijalne percepcije (Orlić, usmena informacija). Eliminirani su oni koji su se odnosili isključivo na fizički izgled (mršav-debeo), kao i oni koji nisu bili adekvatni za ovo istraživanje (obrazovan-neobrazovan). Ispitanici su se procenjivali zaokružujući odgovarajuće brojeve na pomenutim skalama. Redosled zadataka, kao i redosled prideva u upitniku je variran.

Rezultati i diskusija

Prvo je izvršeno prevođenje skala procene iz bipolarne (od -3 do +3) u unipolarnu (od 1 do 7). Podaci su obrađeni faktorskom analizom, metodom analize glavnih komponenti, bez rotacija i dobijeno je da se pridevi grupišu u dva faktora. Ova dva faktora ukazuju na to da pri opažanju osoba postoje dve grupe osobina koje ljudi opažaju, nezavisno jedne od drugih. Prvi faktor smo nazvali *socijalna atraktivnost* i njega čini većina prideva, a svi se odnose na popularnost, to jest omiljenost pojedinca u društvu (neomiljen-omiljen, nezanimljiv-zanimljiv). Može se uočiti da se u ovoj grupi nalaze, kako afektivni (nesrećan-srećan), tako i kognitivni aspekti (neuspešan-uspešan). Međutim, ovi aspekti se očito ne procenjuju nezavisno jedni od drugih, zbog čega i čine jedan faktor. Drugi faktor smo nazvali *agresivnost*, koji čini samo nekoliko prideva, a koji ukazuju na postojanje agresivnosti, impulsivnosti u odnosima sa drugima (neagresivan-agresivan, neenergičan-energičan) (tabela 1).

Tabela 1. Struktura dobijenih faktora

Socijalna atraktivnost	zasićenost	Agresivnost	zasićenost
neomiljen-omiljen	0.83	neagresivan-agresivan	0.68
nezanimljiv-zanimljiv	0.82	neenergičan-energičan	-0.62
neprijatan-prijatan	0.79	nervozan-smiren	0.53
neduhovit-duhovit	0.72	nesebičan-sebičan	0.34
loš-dobar	0.71		
neprivlačan-privlačan	0.71		
nesrećan-srećan	0.70		
hladan-srdačan	0.70		
nekomunikativan-komunikativan	0.64		
glup-pametn	0.56		
neuspešan-uspešan	0.54		
nesposoban-sposoban	0.53		
neosećajan-osećajan	0.52		
neiskren-iskren	0.51		
nesiguran-siguran	0.50		
grub-nežan	0.50		
nesamostalan-samostalan	0.49		
nesnalažljiv-snalažljiv	0.42		
nesimpatičan-simpatičan	0.38		
neambiciozan-ambiciozan	0.30		
neozbiljan-ozbiljan	-0.19		

Ispitane su korelacije faktora *socijalna atraktivnost* i *agresivnost* za samoprocenu, procenu drugog ispitanika iz grupe, za procenu ispitanika o mišljenju drugih osoba o njemu i za realnu procenu drugih osoba o ispitaniku. Dobijeni rezultati dati su u tabeli 2.

Tabela 2. Korelacije varijabli po oba faktora

	samoprocena na 1. faktoru	samoprocena na 2. faktoru	procena o mišljenju drugih na 1. faktoru	procena o mišljenju drugih na 2. faktoru	procena drugih na 1. faktoru	procena drugih na 2. faktoru
samoprocena na 1. faktoru						
samoprocena na 2. faktoru						
procena o mišljenju drugih na 1. faktoru	0.5 (p = 0.00)					
procena o mišljenju drugih na 2. faktoru		0.53 (p = 0.00)				
procena drugih na 1. faktoru			0.65 (p = 0.00)			
procena drugih na 2. faktoru				0.54 (p = 0.00)		
procena od strane drugih na 1. faktoru	0.14 (p = 0.23)			0.44 (p = 0.00)		
procena od strane drugih na 2. faktoru		0	0.23 (p = 0.05)		0.34 (p = 0.00)	0.21 (p = 0.17)

Između samoprocene ispitanika i toga kako ispitanik misli da ga druga osoba procenjuje postoji pozitivna korelacija, čime se potvrđuje prva hipoteza. Jedno od mogućih objašnjenja je da osoba svoje privatno ja izjednačava sa svojim javnim ja. To se verovatno može objasniti time što osoba nije svesna da nju okolina ne doživljava na onaj način na koji ona sebe prikazuje. Međutim, u literaturi nisu pronađeni podaci koji potkrepljuju, ali ni koji opovrgavaju ovo tvrđenje.

Druga hipoteza je samo delimično potvrđena, budući da postoji korelacija između samoprocene ispitanika sa procenom druge osobe o njemu po faktoru *agresivnost*, dok na faktoru *socijalna atraktivnost* nije ustanovljena. Objašnjenju pozitivne korelacije na faktoru *agresivnost* se može pristupiti sa dva aspekta. Jedan je da osobine u okviru tog faktora ne podležu halo-efeku, što znači da se one procenjuju nezavisno i preciznije od ostalih osobina. Drugi aspekt je da se ispoljavanje tih osobina ne može kontrolisati

mehanizmom samo-prikazivanja. Nepostojanje korelacije na faktoru *socijalna atraktivnost* se, takođe, može objasniti na sličan način. S jedne strane, one podležu halo-efektu, što znači da se sve ostale osobine ocenjuju u skladu sa opštim tonom, a s druge strane one su kontrolisane mehanizmom samo-prikazivanja i samo-motrenja. Možemo pretpostaviti da svi pomenuti mehanizmi (halo-efekat, samo-prikazivanje i samo-motrenje) međusobno interreaguju, stvarajući na taj način ukupnu sliku o osobi koja je predmet opažanja. Međutim, nisu sve osobine podjednako podložne njihovom dejstvu.

Treća hipoteza je potvrđena, tj. između toga kako ispitanik misli da ga druga osoba procenjuje i toga kako ga ta osoba procenjuje postoji pozitivna korelacija na oba faktora. Ovo nam govori da su ispitanici svesni mišljenja koje njihova okolina ima o njima.

Potvrđena je i četvrta hipoteza, odnosno postoji pozitivna korelacija na oba faktora između toga kako ispitanik procenjuje osobu i toga kako ispitanik misli da ga ta osoba procenjuje. Ovaj rezultat nam govori da na formiranje mišljenja o nekoj osobi utiče naša pretpostavka o njenom stavu prema nama.

Peta hipoteza je delimično potvrđena, pošto pozitivna korelacija između ispitanikove procene druge osobe i toga kako ga ta osoba procenjuje postoji samo na faktoru *socijalna atraktivnost*. Ovaj podatak pokazuje da je mišljenje jedne osobe o drugoj u skladu sa mišljenjem druge osobe o prvoj, što ide u prilog tvrdnji da je opažanje osoba dvosmerni proces. Pod time se podrazumeva da mišljenje jedne osobe o drugoj zavisi od mišljenja druge osobe o prvoj, ali samo po osobinama iz faktora *socijalna atraktivnost*. Dobijeni rezultat da korelacija na faktoru *agresivnost* ne postoji ukazuje na to da opažanje osobina iz ovog faktora, zbog njihove prirode, ne podleže usklađivanju međusobnih procena između aktera interakcije.

Zaključak

Najzanimljiviji rezultat ovog istraživanja jeste da postoje značajne razlike u procenjivanju različitih grupa osobina, u smislu da se neke osobine procenjuju objektivnije od drugih. Takođe, bitno je istaći da čovek izražavanje pojedinih osobina nije u stanju da kontroliše metodama samo-prikazivanja i samo-motrenja.

Rezultati dalje ukazuju da iako ispitanik nije svestan razlika između realnog ja (samoprocene) i javnog ja (procene ispitanika o mišljenju drugih osoba o njemu), one nesumnjivo postoje. Slika realnog ja se razlikuje od procena drugih o nama, dok je javno ja slično proceni drugih o nama, po osobinama iz faktora *socijalna atraktivnost*. Ove osobine su podložnije greškama koje nastaju pri opažanju osoba i mehanizmima samo-motrenja i samo-prikazivanja. Po faktoru *agresivnost* slika realnog ja se ne razlikuje

od procena drugih o nama, dok se slika javnog ja razlikuje. Ove osobine nisu podložne mehanizmima samo-motrenja i samo-prikazivanja, ali same osobe nisu toga svesne.

Procene tuđeg mišljenja o nama utiču na naše procene o toj osobi. Zato će mišljenje o osobi sa kojom smo u interakciji biti povezano sa mišljenjem koje ta osoba ima o nama. Drugim rečima, ako pretpostavljamo da nas neka osoba ima negativno mišljenje o nama, to će onda prouzrokovati da i mi imamo negativno mišljenje o njoj. Pomenuta povezanost važi samo za osobine iz faktora *socijalna atraktivnost*. Stavljanje u poziciju drugog i analiziranje sopstvenih postupaka iz ugla drugog prvi je korak u razumevanju sopstvenih postupaka. Zato mišljenje koje drugi imaju o nama utiče na mišljenje koje mi imamo o sebi. To ide u prilog mišljenju da su druge osobe naše socijalno ogledalo.

Sa obzirom da su procene ispitanika o mišljenju drugih osoba o njemu i ispitanikove samoprocene međusobno povezane, bilo bi interesantno proveriti da li se na osnovu procene ispitanika o mišljenju drugih osoba o njemu može zaključiti o osobinama samog ispitanika. Odnosno, procena mišljenja drugih osoba o ispitaniku bi mogla da se koristi kao test za procenu osobina ličnosti samog ispitanika.

Literatura

Bootzin R.R., Baver G.H., Crocker J. i Hall, E. 1991. *Psychology today: the introduction*. New York: Mc Graw-Hill

Havelka N. 1992. *Socijalna percepcija*. Beograd: Zavod za udžbenike i nastavna sredstva

Hayes N. 1994. *Foundations of psychology - an introductory text*. New York: Routledge

Opačić G. 1995. *Ličnost u socijalnom ogledalu*. Beograd: Institut za pedagoška istraživanja

Rot N. i Radonjić S. 2002. *Psihologija za drugi razred gimnazije*. Beograd: Zavod za udžbenike i nastavna sredstva

Trebješanin Ž. 2001. *Rečnik psihologije*. Beograd: Stubovi kulture

Vander Zanden J.W. 1987. *Social psychology*. New York: Mc Graw-Hill

What Do We Think About Me – The Relations Between Interestimates of Subjects and Their Expectations of Others' Judgments

With the creation of self-consciousness we become able to estimate others, and during that process we are aware of the fact that we are objects of estimation as well. In relations with others we take care of the way we present ourselves, trying to control their impression of us. Their opinion of us will affect our already built self-consciousness.

In this research we examined correlations between self-evaluation, our estimation of others, our estimation of others' opinion of us and others' estimation of us. There were 75 subjects, high school students of both sexes, distributed into groups of four. The scales were 25 pairs of opposite adjectives. Subjects were asked to estimate themselves, to estimate other subjects from the group and to estimate other subjects' opinion of them.

The factor analysis showed that adjectives we used for creating the instrument had grouped into two factors: social attractiveness and aggressiveness. We correlated both factors for self-evaluation, for estimation of other subjects from the group, for estimation of other subjects' opinion of them and estimations of other subjects.

The results showed that: 1) There is a significant correlation between subject's self-evaluation and subject's estimation of others' opinion of him. The explanation of this result can be that a person is not aware of the fact that others do not see him the same way he is representing himself; 2) There is a significant correlation between subject's self-evaluation and other subjects' estimation of him, but only on the "aggressiveness" factor, probably because it is hard to control features included in this factor. At the same time, features included in the "social attractiveness" factor are easy to hide and they are under influence of the self-showing mechanisms, so they are not correlated; 3) There is a significant correlation between subject's estimation of other subjects' opinion and estimation of other subjects. That means that subjects are aware of other people's opinions; 4) There is a significant correlation between subject's estimation of other subjects and subject's estimation of other subjects' opinion, which means that our assumption of others' opinion affects our opinion of them; 5) There is a significant correlation between subject's estimation of other subjects and other subjects' estimations about him on the "social attractiveness" factor, but not on the "aggressiveness" factor. This shows that a subject's estimation of others and reverse opinion match in features which can be controlled.

According to our results, the real I differs from the public I, although we are not aware of this fact. Some features we can control, and change their showing to others, but some features we can not, although we believe we can. Estimates of others opinion change our opinion of them in the same direction. We think that it is possible to create a personality inventory, based on estimates of others' opinions of us.

