

---

Filip Nenadić

## Uticaj polnih stereotipa na formiranje prve impresije

---

*Cilj našeg istraživanja bio je da proverimo da li stereotipi o muškoj i ženskoj ulozi utiču na formiranje prve impresije. Uzorak je bio prigodan i činilo da je 40 polaznika IS Petnica. Ispitanici su imali zadatak da procene zamišljenu osobu na osnovu nekoliko njenih osobina. Date osobine su bile iste za sve grupe, sem varirane osobine srdačan–hladan i pola zamišljene osobe (muško–žensko). Procena je vršena tako što su ispitanici birali po jedan od dva data prideva iz 18 parova opozitnih prideva sa date liste, i to onaj za koji smatraju da bolje opisuje zamišljenu osobu. Rezultati su pokazali da postoji razlika između polova kod četiri para prideva sa zadate liste. Statistički značajna razlika u zavisnosti od toga da li je osoba srdačna ili hladna javila se za par prideva snažan–slab kada je zamišljena osoba muškog, a za parove velikodušan–sebičan, dobroćudan–zloćudan i predusretljiv–nepredusretljiv u slučaju kada je zamišljena osoba ženskog pola. Dakle, rezultati ukazuju da na formiranje prve impresije između ostalih faktora može uticati i pol procenjivane osobe.*

---

### Uvod

Jedna od značajnih tema u socijalnoj psihologiji jeste formiranje prve impresije o drugim osobama. Pod prvom impresijom se podrazumeva utisak koji stičemo o nepoznatoj osobi na osnovu veoma malog broja informacija. Prva impresija sa sobom nosi i veliku mogućnost greške zato što osobi pridodajemo osobine za koje ne možemo biti sigurni da joj pripadaju. Uprkos tome, ljudi se u velikoj meri

oslanjaju na prvu impresiju i stoga je njen uticaj na dalju interakciju značajan (Havelka 2008).

Jedan od najznačajnijih istraživača u oblasti socijalne psihologije, Aš (Asch, prema Havelka 2008), sproveo je seriju istraživanja koja su se ticala prve impresije. On je želeo da ispita geštaltističku hipotezu o formiranju prve impresije. Prema geštaltističkoj hipotezi, impresija o drugoj osobi nije prost zbir pojedinačnih osobina, već je celovita, odnosi se na osobu u celini. Da bi proverio ovu hipotezu, Aš je osmislio metod u kojem se nije bavio realnim odnosima između osobina kod ljudi, već načinom na koji se te osobine opažaju (Havelka 2008). Eksperimentalni deo Ašovih istraživanja je tekao na sledeći način: grupi ispitanika se pročita lista prideva za koje se kaže da su svojstva jedne osobe, a zatim eksperimentator zamoli ispitanike da slobodno, svojim rečima opišu sliku koju su na osnovu saopštenih svojstava formirali o toj osobi. Na primer, ispitanicima se pročita sledeća lista prideva: inteligentan, efikasan, marljiv, srdačan, odlučan, praktičan, obazriv. Nakon iznošenja slobodnih opisa formirane impresije, ispitanici su na listi novih 18 parova pridevskih opozita (ček listi) procenjivali koja osobina u svakom paru se bolje uklapa u impresiju koju su formirali i prethodno već opisali. Rezultati ovih istraživanja su pokazali da, ne samo da se do prve impresije dolazi lako, već se ona potpuno menja promenom samo jedne osobine u svoj opozit, recimo zamenom osobine srdačan osobinom hladan. Upoređivanjem razlika na zadatoj listi, Aš je primetio da ne menjaju svi pridevi impresiju u jednakoj meri. One prideve koji menjaju utisak u većoj meri nazvao je centralnim, a one koji menjaju u manjoj meri

---

*Filip Nenadić (1990), Petrovaradin, Reljkovićevo 67, učenik 3. razreda Karlovačke gimnazije u Sremskim Karlovcima*

*MENTOR: Ana Orlić, Laboratorija za eksperimentalnu psihologiju, Filozofski fakultet, Beograd*

perifernim svojstvima. Pored ovoga, Aš je sproveo eksperimente u kojima je dalje obrađivao pojam centralne i periferne osobine kao što su izostavljanje centralne osobine ili transformacija centralne osobine u perifernu tako što je zamenu kontekst u kom je centralna osobina pročitana. Na osnovu ovih istraživanja, Aš je zaključio da posmatrač teži da posmatra osobu kao celinu i da se potpuna impresija formira čak i kada su podaci oskudni. Takođe, Aš primećuje da postoji dinamična interakcija između osobina, da posmatrač ne može zapaziti dve osobine iste osobe a da one ne utiču jedna na drugu. Dakle, sadržaj i funkcionalna vrednost jedne crte se menja sa promenom konteksta u koji je stavljena (Havelka 2008).

Opažanje osoba nije izolovano, već ljude opažamo u socijalno artikulisanim kontekstima. U zavisnosti od toga kojoj grupi osoba pripada, pripisujemo joj niz osobina za koje ne znamo da li zaista pripadaju toj osobi. Ovakvim procenama zanemarujemo lične razlike, što aktualizuje stereotipe (Havelka 2008). Stereotip je uprošćeno i rigidno shvatanje o odlikama pripadnika neke grupe (Rot 1994). Jedan od najznačajnijih stereotipa jeste onaj o muškoj i ženskoj ulozi.

Pojmom polnog stereotipa bavio se i Mladenović u svom istraživanju (Mladenović 1991; prema Havelka 2008). Mladenović je ispitivao koje osobine se smatraju poželjnim za žene, a koje za muškarce. Na osnovu odgovora ispitanika dobijena je lista od 205 različitih osobina. Nakon toga, te osobine bile su podeljene drugoj grupi ispitanika sa zadatkom da ih na petostepenoj skali procene po poželjnosti. Iz načinjene rang liste osobina za muškarce i za žene, uzeto je po 25 osobina koje su bile procenjene kao najpoželjnije. Mladenović je tako sačinio skalu MAS(kulinosti) i FEM(ininosti) koje predstavljaju 'pozitivni stereotip' o muškarcima odnosno ženama. Mladenović je potom od ispitanika oba pola zatražio da procene u kojoj meri svaka od tih 50 osobina opisuje njih lično. Rezultati istraživanja potvrdili su postojanje stereotipa o polnim ulogama. Kada je u pitanju ženski pol, značajne razlike su dobijene na skalama koje mere prevashodno emocionalne aspekte ličnosti (nežna, osećajna...). Sa druge strane, kada je u pitanju muški pol, značajne razlike su dobijene na skalama kao što su ambiciozan, samostalan, jaka ličnost, energičan i sl.

U istraživanju novijeg datuma koje se ticalo muških i ženskih polno definisanih uloga, dobijeni rezultati slični su onima prethodno opisanim (Jan-

ković i sar. 2002). Ispitanici su imali zadatak da na skali procene od -3 do 3 (gde je -3 veoma malo, a 3 veoma mnogo) procene u kojoj meri zamišljeni predstavnik jedne određene kategorije (na primer, muškarac) poseduje datu osobinu. Rezultati pokazuju da su žene zamišljane kao nežne, tolerantne, dobre, osećajne, nesebične, humane i sl. Dakle, ono što najviše karakteriše ženu su osobine koje se tiču njenog odnosa sa drugim osobama i kako je te osobe doživljavaju u tim odnosima. U ovom istraživanju, stereotip o muškarcu je nešto manje izražen, a osobine koje su najčešće karakterisale muškarca bile su: obrazovan, tolerantan, dobar i smiren.

Prošla istraživanja su pokazala da postoji razlika u opažanju osoba na osnovu njihovog pola. Na osnovu rezultata datih istraživanja, kao i Ašovih eksperimenata, u ovom istraživanju želeli smo da ispitamo da li stereotipi o muškoj i ženskoj ulozi utiču na formiranje prve impresije.

## Materijal i metode

**Varijable.** Nezavisne varijable su pol i pozitivnost ili negativnost varirane centralne osobine procenjivane osobe. Pozitivnost ili negativnost varirane centralne osobine procenjivane osobe je kategorička varijabla sa dva nivoa: srdačan (pozitivna) i hladan (negativna). Zavisna kategorička varijabla je tip prideva izabran kao odgovarajući, pozitivan ili negativan, za svih 18 parova prideva suprotnog značenja.

**Uzorak.** Uzorak je bio prigodan i činilo ga je 40 polaznika IS Petnica oba pola, starosti od 15 do 19 godina.

**Instrument.** Instrument je činila lista od 18 osobina i njihovih antonima (ček lista). Ova lista prideva jednaka je listi koji je koristio Aš (Asch) u svom istraživanju. Rod prideva (muški i ženski) bio je variran. Ukoliko se opis odnosio na žensku osobu, pridevi su bili u ženskom rodu, a u slučaju kada se opis odnosio na mušku osobu, pridevi su bili u muškom rodu. Korišćeni parovi prideva su: veliko-dušan-sebičan, mudar-lakomislen, srećan-nesrećan, dobroćudan-zloćudan, duhovit-neduhovit, društven-nedruštven, omiljen-neomiljen, pouzdan-nepouzdan, važan-nevažan, čovečan-nečovečan, lep-ružan, istrajan-neistrajan, ozbiljan-neozbiljan, odmeren-neodmeren, predustretljiv-nepredustretljiv, maštovit-nemaštovit, snažan-slab, pošten-nepošten.

**Postupak.** Kombinacijom dve nezavisne varijable (pol i pozitivnost), sačinjena su četiri opisa

osoba: muškarac sa pozitivnom centralnom osobinom (srdačan), muškarac sa negativnom centralnom osobinom (hladan), žena sa pozitivnom centralnom osobinom (srdačna) i žena sa negativnom centralnom osobinom (hladna). Ispitanici su bili podeljeni u četiri grupe, a svaka je procenjivala po jedan od tih opisa.

Postupak je bio isti za sve četiri grupe. Ispitanicima su podeljeni prazni papiri. Zatim je ispitanicima rečeno: "Pročitacu vam izvestan broj osobina koje pripadaju jednoj određenoj osobi. Molim vas da ih pažljivo saslušate i da pokušate da formirate impresiju o osobi kojoj te osobine pripadaju. Listu ću pročitati polako, i to dva puta." Kada je prvo čitanje završeno, pridevi su pročitani još jednom. Zatim se ispitanici napisali kratke sastave o svojim impresijama. Nakon toga, podeljena im je lista prideva sa svojim suprotnostima (ček lista), i njihov zadatak je bio da odaberu jedan od dva opozita koji se bolje uklapa u impresiju koju su formirali. U grupi u kojoj su ispitanici procenjivali osobine muškarca, reč *osoba* bila je zamenjena rečju *muškarac*, dok je u grupi u kojoj su ispitanici procenjivali osobine žene, reč *osoba* bila zamenjena rečju *žena*. U skladu sa tim, pridevi sa ček liste su bili u muškom, odnosno ženskom rodu.

**Hipoteze.** Prva hipoteza je da će se ponoviti rezultati Ašovog istraživanja, odnosno da će postojati razlika u prvoj impresiji između zamišljenih osoba sa osobinom hladan i zamišljenih osoba sa osobinom srdačan. U slučaju kada je osoba hladna pridodavaće joj se pretežno negativne osobine, a u slučaju kada je osoba srdačna pozitivne.

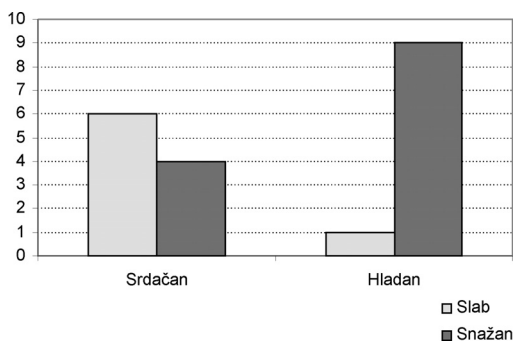
Druga hipoteza je da će postojati razlika između negativnih (hladnih) zamišljenih osoba u zavisnosti od njihovog pola. Dakle, da se srdačni muškarac neće razlikovati srdačne žene, ali da će utisak o hladnoj ženi biti negativniji nego utisak o hladnom muškarcu.

## Rezultati

Na početku obrade rezultata izračunata je opšta pozitivnost utiska. Opšta pozitivnost predstavlja broj slučajeva u kojima su ispitanici zaokružili pozitivan pridev na ček listi. Analizom varijanse u kojoj su nezavisne varijable bile pol i pozitivnost, a zavisna opšta pozitivnost utiska, pokazano je da nema statistički značajne razlike između četiri grupe.

U daljoj obradi rezultata isključeni su svi ispitanici koji se za više od dve standardne devijacije razlikuju od proseka grupe u opštoj pozitivnosti utiska. Ovim postupkom je isključen samo jedan ispitanik čije su procene bile izuzetno negativne.

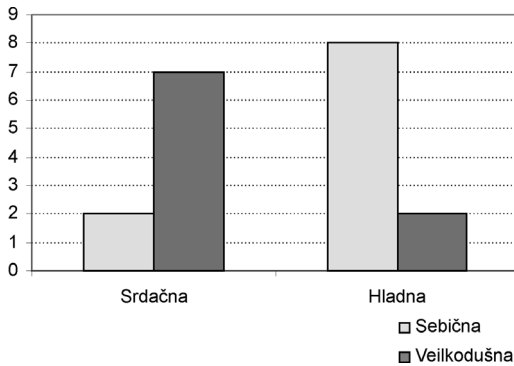
Hi-kvadrat testom je provereno da li postoji razlika u proceni zamišljenih osoba sa pozitivnom centralnom osobinom i onih sa negativnom centralnom osobinom, kao i zamišljenih osoba muškog i ženskog pola. Ovaj postupak je urađen za svih 18 parova prideva. Razlika između polova primećena je kod četiri para prideva: snažan-slab, velikodušan-sebičan, dobroćudan-zloćudan i predusretljiv-nepredusretljiv. Kada je pitanju par prideva snažan-slab rezultati su pokazali statistički značajnu razliku između srdačnih i hladnih muškaraca ( $\chi^2(1)=5.49$ ,  $p < 0.05$ ), dok kod žena ta razlika nije značajna.



Slika 1. Frekvence odgovora na skali snažan-slab u slučaju kada je procenjivana muška osoba srdačna ili hladna

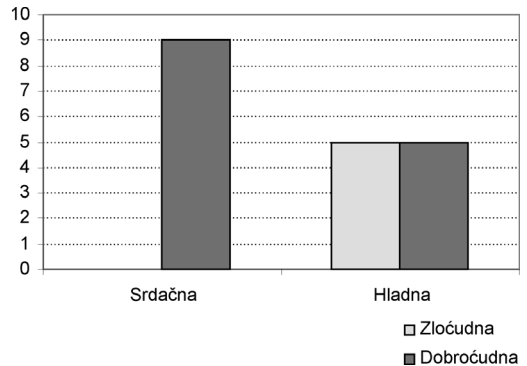
Figure 1. Response frequency on strong-weak scale when the evaluated man is warm or cold

U slučaju ostala tri para pridevskih opozita (velikodušan-sebičan, dobroćudan-zloćudan i predusretljiv-nepredusretljiv) ne postoji statistički značajna razlika u prvoj impresiji kada je procenjivana osoba muškog pola srdačna ili hladna. Međutim, kada je procenjivana osoba ženskog pola, dobijena je statistički značajna razlika u zavisnosti od toga da li je ona srdačna ili hladna, i to: velikodušna-sebična ( $\chi^2(1) = 6.34$ ,  $p < 0,05$ ), dobroćudna-zloćudna ( $\chi^2(1) = 6.10$ ,  $p < 0,05$ ) i predusretljiva-nepredusretljiva ( $\chi^2(1) = 6.10$ ,  $p < 0,05$ ). Ovi rezultati prikazani su na grafikonima 2, 3 i 4.



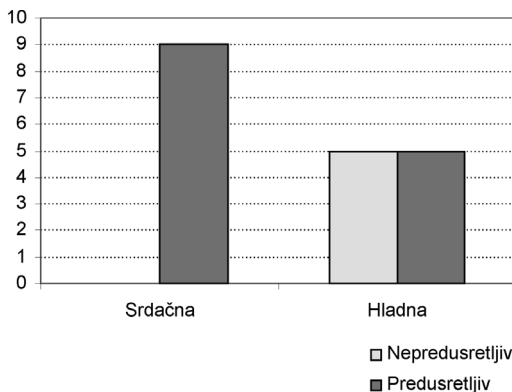
Slika 2. Frekvence odgovora na skali velikodušna-sebična u slučaju kada je zamišljena ženska osoba srdačna ili hladna

Figure 2. Response frequency on scale generous-ungenerous when the evaluated woman is warm or cold



Slika 3. Frekvence odgovora na skali dobročudna-zločudna u slučaju kada je zamišljena ženska osoba srdačna ili hladna

Figure 3. Response frequency on scale kind-unkind when the evaluated woman is warm or cold



Slika 4. Frekvence odgovora na skali predusretljiva-nepredusretljiva u slučaju kada je zamišljena ženska osoba srdačna ili hladna

Figure 4. Response frequency on scale helpful-unhelpful when the evaluated woman is warm or cold

## Diskusija

Naše istraživanje, iako veoma slično Ašovom, dalo je drugačije rezultate. Za razliku od Ašovih, naši rezultati ne pokazuju razliku u formiranju prve impresije kada je procenjavana osoba srdačna ili hladna. Dakle, nema razlike u opštoj pozitivnosti utiska – broj slučajeva kada je zaokružen pozitivan

pridev sa ček liste je jednak za sve grupe. Međutim, razlike po polu su se javile na pojedinim parovima opozita ček liste. Ti parovi su: velikodušan–sebičan, dobročudan–zločudan, predusretljiv–nepredusretljiv, snažan–slab. U slučaju para prideva snažan–slab, razlike između srdačne i hladne (pozitivne i negativne) žene nema. Ipak, kada je zamišljena osoba bila muškog pola i hladna, dobijena je statistički značajna razlika u frekvencama odabira opozita. Ovo se može objasniti stereotipom o dominantnom i autoritarnom muškarcu. Onaj muškarac koji je hladan je i vođa, čvrste ruke i ima kontrolu. U istraživanju koje je sproveo Aš nije bilo razlike kod para prideva snažan–slab kada je varirana centralna osobina srdačan–hladan. Na osnovu ovoga možemo zaključiti da je do promene došlo zbog isticanja pola. Ovu pretpostavku potvrđuje i istraživanje koje je sproveo Mladenović, u kojem se jasno može uočiti da su za muškarca veoma važne osobine kao što samostalnost, snalažljivost, snaga (ličnosti i fizička) i energičnost.

U slučaju parova prideva velikodušan–sebičan, dobročudan–zločudan i predusretljiv–nepredusretljiv razlika u pozitivnosti procene ne postoji kada je zamišljena osoba muškog pola. Međutim, kada je zamišljena osoba bila ženskog pola, dobijene su statistički značajne razlike u ta tri slučaja. Kod para prideva velikodušna–sebična razlika postoji i kada je zamišljena žena srdačna i kada je hladna. Kada je srdačna, zamišljena žena je velikodušna, a kada je

hladna ona je sebična. Par prideva dobroćudna–zloćudna ne pokazuje razliku u frekvenci zaokruživanja pozitivnog ili negativnog prideva kada je zamišljena žena hladna. Međutim, kada je zamišljena žena srdačna ona je i dobroćudna. U slučaju para prideva predusretljiva–nepredusretljiva kada je zamišljena žena hladna razlika ne postoji, ali kada je u pitanju žena koja je srdačna ona je i predusretljiva. Slični rezultati su dobijeni i u Mladenovićevom istraživanju (Mladenović 1991, prema Havelka 2008) kao i u istraživanju Jankovića i saradnika (Janković i sar. 2002). Čini se da promena socijalne osobine (srdačan–hladan) mnogo više utiče na impresiju o ženi, dok ona ne menja u tolikoj meri sliku o muškarcu. Ovo se može objasniti time što varirani par osobina (srdačan–hladan) predstavlja socijalnu osobinu, i to, prema rezultatima Ašovog istraživanja, centralnu, veoma važnu. Kako smo na osnovu istraživanja Mladenovića i Anđelićeve i saradnika zaključili da su socijalne, emotivne odlike procenjivane kao veoma važne za ženu, nije iznenađujuće što je variranje ove osobine dovelo do veće razlike u prvoj impresiji kada je procenjivana osoba žena, nego kada je muškarac.

## Zaključak

Rezultati ovog istraživanja ukazuju nam na to da na formiranje prve impresije između ostalih faktora može uticati i pol procenjivane osobe. Ipak, ovakvi rezultati predstavljaju samo početnu tačku za dalja istraživanja. Pre svega, trebalo bi na sistematski način varirati zadate osobine zamišljene osobe, da bi se preciznije utvrdio uticaj polnog stereotipa na formiranje prve impresije. Zatim, pored zadatih osobina, trebalo bi sistematski varirati i osobine na ček listi, kako bismo saznali na koje to osobine pol utiče, i u kojoj meri. Dalje, umesto parova opozitnih prideva, trebalo bi koristiti skale procene, kako bi se povećala preciznost merenja, kao i broj statističkih metoda koje su nam na raspolaganju.

Takođe, dalja istraživanja su moguća i u drugacijem smeru. Jedan od načina je ispitivanje uticaja drugih stereotipnih grupa na prvi utisak, kao što su, recimo, starost ili obrazovanje zamišljene osobe. Pored toga, istraživanja bi mogla uzimati u obzir i samog ispitanika, njegove osobine i pripadnosti nekoj stereotipnoj grupi, te da li to utiče na njegove procene druge, izmišljene osobe.

## Literatura

- Rot N. 1994. *Osnovi socijalne psihologije*. Beograd: Zavod za udžbenike i nastavna sredstva
- Havelka N. 2008. *Socijalna percepcija*. Beograd: Zavod za udžbenike i nastavna sredstva
- Janković D., Anđelić A., Orlić A. 2002. Struktura stereotipa prema određenim polno definisanim ulogama. Izlaganje na VIII naučnom skupu Empirijska Istraživanja u Psihologiji, Filozofski Fakultet, Univerzitet u Beogradu

---

*Filip Nenadić*

## Influence of Gender Stereotypes on First Impressions

The forming of the first impression, the impression we get when meeting a new person based on a very small amount of information, has a considerable chance of making an error. Still, people tend to rely on first impressions, which makes their influence on further interaction significant. However, the perceived person is not seen as isolated, but viewed and evaluated within social contexts. Depending on the social group that the person belongs to, we attach to them an array of characteristics, for which we do not know if they really belong to that person, thus setting aside personal differences. This leads to the actualization of stereotypes – simplified and rigid perception of the members of a certain group. As the stereotypes about male and female roles are some of the most important ones, the goal of our research was to check if this stereotype influences the forming of the first impression. The experiment was conducted as follows: the examinees were divided into four equal groups. The same list of attributes was read to each group, a list of characteristics of an imaginary person. The only things varied were the gender of the evaluated person, and one of the read characteristics (warm-cold). In that way the four groups were organised, and to all four the same list of characteristics was read, and one possible combination of the two varied characteristics (groups: *warm man, cold man, warm woman, cold woman*). The task for every examinee was to evaluate the person on a check list of 18 pairs of adjective oppo-

sites by choosing the opposite he deemed to fit the person better.

The results have shown that there is no difference in evaluation of the person amongst the groups when the warm person and cold person were compared. Hence, there is no difference in overall positivity of the impression – the number of cases when the positive opposite was selected is the same for all four groups. After this, we conducted a series of chi-square tests in which we compared the

positivity of the characteristic warm-cold, the gender of the evaluated person and each of the 18 pairs of opposites from the check list. The difference depending on gender was noticed on four pairs of opposites: strong-weak (if the person was male) and generous-ungenerous, kind-unkind, helpful-unhelpful (if the person was female). This implies that, among other factors, the gender of the evaluated person can influence the forming of the first impression.

