

Ocenjevanje in presojanje osebnostnih lastnosti

1. del:

Učinki konteksta in vrstnega reda pri ocenjevanju osebnostnih lastnosti in oblikovanju osebnostnega vtisa

JANEK MUSEK

POVZETEK

Zaznavanje in presojanje osebnosti je del našega vsakdanjika. Psihološko gledano gre pri tem za dokaj zapleten proces, v katerega je vpletenih mnogo dejavnikov. Pričujoči sestavek skuša pregledno pokazati, kako se ocenjevanje osebnostnih lastnosti oblikuje pod vplivom teh dejavnikov. Med najpomembnejšimi faktorji, ki vplivajo na pomen osebnostnih lastnosti in na oblikovanje celostnega osebnostnega vtisa, so predvsem naslednji: učinki pomenskega konteksta in učinki vrstnega reda osebnostnih vtisov. Raziskovalni rezultati kažejo, da delujejo kontekstualni učinki asimilatorično na pomen osebnostnih lastnosti, kadar gre za neposredno ocenjevanje določene osebnosti, in kontrastno, kadar gre za ocenjevanje izoliranih osebnostnih značilnosti, ki se ne nanašajo na določeno osebnost. Posebej opozarjamo v sestavku na kognitivne mehanizme, ki oblikujejo pomen osebnostnih lastnosti in osebnostni vtis: adaptacijske mehanizme, kognitivne sheme, skripte in prototipe, implicitno teorijo osebnosti in učinke pričakovanja.

ABSTRACT

PERCEIVING AND JUDGING PERSONALITY TRAITS:

1. THE EFFECTS OF CONTEXTUAL AND SEQUENTIAL FACTORS ON

PERCEPTION AND JUDGMENT OF PERSONALITY TRAITS AND PERSONALITY IMPRESSION FORMATION

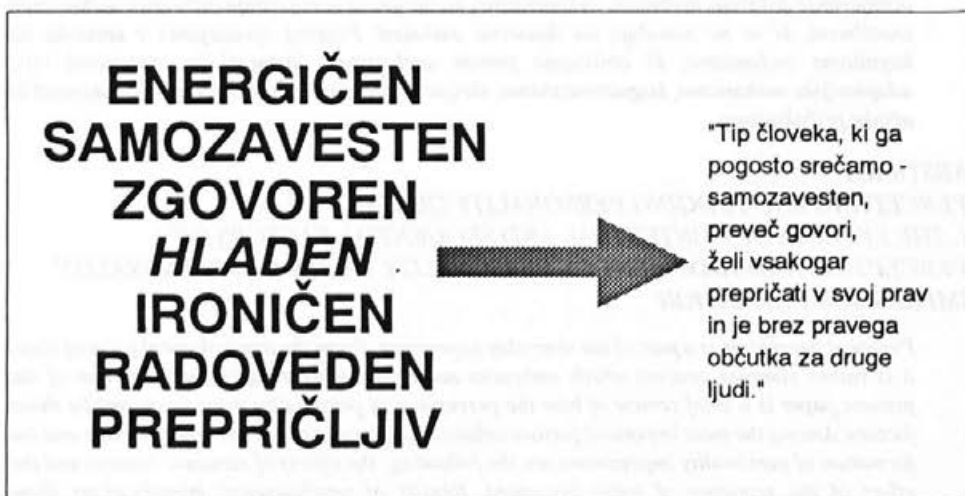
Personal perception is a part of our everyday experience. From the psychological point of view, it is rather complex process which embraces numerous influencing factors. The aim of the present paper is a brief review of how the perception of personality traits is shaped by those factors. Among the most important factors influencing the meaning of personality traits and the formation of personality impressions are the following: the effects of semantic context and the effect of the sequence of traits presented. Results of psychological investigations show assimilatory effects on judgments of personality traits integrated in a frame of the whole personality and contrasting effects in the case of the evaluation of isolated personality traits. The cognitive mechanisms underlying the processes of personality judgment and impression formation are also briefly discussed.

Že Gordon Allport (1937, 1966) je govoril o treh vrstah osebnostnih lastnosti: kardinalnih, centralnih in sekundarnih. Kardinalne poteze so lastnosti, ki v delovanju posameznika tako dominirajo, da prežemajo vse njegovo obnašanje in ga označujejo - takšne lastnosti bi našli npr. pri Don Kihotu, markizu de Sadeu, Macchiavelliju, Don Juanu, Tolstoju, Materi Terezi. Poleg kardinalnih potez pa obstaja manjše število lastnosti, ki najbolj pomembno označujejo osebnost določenega posameznika - to so centralne poteze. Sam Allport pravi, da jih lahko empirično ugotavljamo, tako da damo različnim osebam oceniti osebnost njihovega znanca, in zatrjuje, da se število teh potez giblje okrog sedem - med pet in deset. Poleg teh potez obstaja ševeda še cela množica drugih, ki pa posameznika ne označujejo tako pregantno in karakteristično. To so po Allportu sekundarne poteze.

Allportove ugotovitve niso osamljene. Vemo npr., da pri osebnostnem ocenjevanju nezavedno uporabljamo pet do sedem dimenzij t.i. *implicitne teorije osebnosti* (Norman, 1963; Passini in Norman, 1966). Te se kar nekam zanimivo ujemajo z odkritimi dejanskimi glavnimi dimenzijami osebnosti, denimo Eysenckovimi, Catellovimi in Guilfordovimi.

Zanimivo je, da si na podlagi navedbe posameznih lastnosti prav lahko ustvarimo celovito sliko osebnosti, čeprav gre za osebo, ki je ne poznamo, ali za povsem izmišljeno osebo. Ameriški socialni psiholog Asch (1946) je dal ocenjevalcem seznam osebnostnih lastnosti in jih prosil, da si skušajo ustvariti vtis o osebi, ki naj bi jo te lastnosti opisovale. Oseba, ki je dobila listo "energičen - zanesljiv - zgovoren - hladen - ironičen - radoveden - prepričljiv" je npr. dala naslednji opis tega osebnostnega "tipa":

"Gre za tip človeka, ki ga zelo pogosto srečamo: poln zaupanja vase, preveč govori, skuša druge vedno prepričati v svoj prav in je brez občutka za soljudi" (slika 1).



Slika 1

Na podlagi raziskovalnih podatkov je Asch lahko zaključil, da ljudje na osnovi diskretnih in nepovezanih osebnostnih oznak po pravilu - in to brez težav, bolj kot ne avtomatsko - lahko tvorijo celostne vtise (opise) osebnosti. Pri tem celo dopolnjujejo in

zaokrožajo to celotno podobo in često posplošujejo - iz navedenih lastnosti sklepajo na druge, ki sploh niso navedene - kot da bi nezavedno uporabljali cel sklop povezav in korelacij med velikim številom potez.

Kmalu se je pokazalo še nekaj: nekatere lastnosti so imele večji vpliv na celotno sliko osebnosti kot druge. To velja npr. za lastnosti *topel - hladen*; če se je na listi pojavila oznaka "topel", je to navadno povzročilo navajanje bistveno pozitivnejšega celostnega vtisa (medtem ko je bilo pri oznaki "hladen" obratno). Tako so bile v opisih oseb poudarjene lastnosti, kot so "družaben" in "srečen", kadar je lista vključevala oznako "topel", in nasprotno negativne lastnosti, kadar je vključevala oznako "hladen". Če sta bili ti oznaki izpuščeni, so bili opisi oseb bolj nevtralni in manj pod vtisom prevladujoče oznake. Podobno generalizirane učinke so našli še pri nekaterih lastnostih, ki so jih zato označili kot *centralne*, za razliko od *perifernih*.

Kmalu so drugi podatki potrdili ugotovitve Ascha in sodelavcev. Kelley (1950) je npr. študentom v seminarju vnaprej opisal kolego, ki je bil predviden za vodenje diskusij. Opis je bil enak za vse študente, razlikoval se je le v tem, da je polovici študentov dodal k ostalim lastnostim še opazko, da gre za "zelo toplo" osebo, drugi polovici pa opazko, da gre za "precej hladno" osebo. Pokazalo se je, da so pozneje v diskusiji bistveno bolj sodelovali študenti, ki so dobili informacijo, da je vodja "topla osebnost" (56 odstotkov jih je sodelovalo v diskusiji), kot študenti, ki so menili, da gre za hladno osebo (32 odstotkov). Prvi so vodjo tudi dejansko pozitivneje ocenili kot drugi.

Kateri faktor pa odloča o tem, ali je neka lastnost centralna ali periferna? Wishner (1960) pravi, da so centralne lastnosti tiste, ki v večji meri korelirajo z ostalimi potezami v seznamu. Wishner je dokazal, da npr. prav besedi "topel" in "hladen" korelirata s tistimi oznakami iz Ascheve originalne liste, pri katerih se je pokazal največji razlikovalni vpliv, tj. na besede, kot sta "družaben" in "srečen". Pri besedah "resen" in "zanesljiv" korelacije ni bilo. Wishner pa je dokazal še nekaj pomembnega; da je mogoče vsako oznako narediti za centralno, če izberemo ustrezne sooznake, torej tiste, ki z njo korelirajo. Tako je možno s kontekstom poljubno varirati centralnost in necentralnost osebnostnih lastnosti.

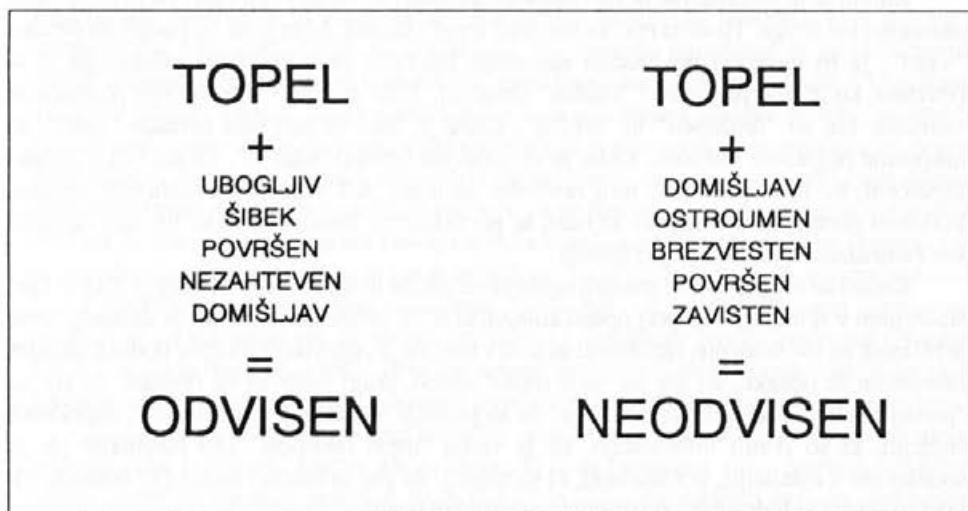
KONTEKSTUALNI UČINKI IN ASIMILACIJA

Primerjajmo dve stimulatívni listi iz Aschevega originalnega gradiva (slika 2). Asch je ugotovil, da je generalizacijski učinek iste centralne oznake "topel" pri vsaki teh list drugačen: pri prvi listi vodi pogosto do opisa odvisnosti in submisivnosti, pri drugi listi pa do ocene, da gre za nepristno toplino! Vse to je Asch razložil s tezo, da posameznik tolmači posamezne oznake celotno, torej v sistemu z drugimi lastnostmi.

Poteza dobi pomen šele iz konteksta, iz celote, ki jo tvori z vsemi drugimi oznakami. Tako lahko ocena "topel" pridobi specifični pomen "odvisnosti" ali "nepristnosti" šele iz konteksta z drugimi lastnostmi. Dobra priložnost za gestaltistično interpretacijo, h kateri se je Asch vsekakor nagibal.

Pozneje sta Ostrom (1968) in Wyer (1974) izostrila to hipotezo. Osamljena lastnost, ki ni v kontekstu z drugimi, nosi pomen, ki ga tvori celota množva možnih alternativnih interpretacij pomena ("odvisnost" in "nepristnost" sta dve od možnih) - ta pomen je

"generalen" in širok. V kontekstu z drugimi oznakami pa postanejo mnoge alternativne možnosti odveč ali so neustrezne; in tako v pomenu prevladajo preostale, ki ustrezajo kontekstu. Te so seveda bolj specifične.



Slika 2

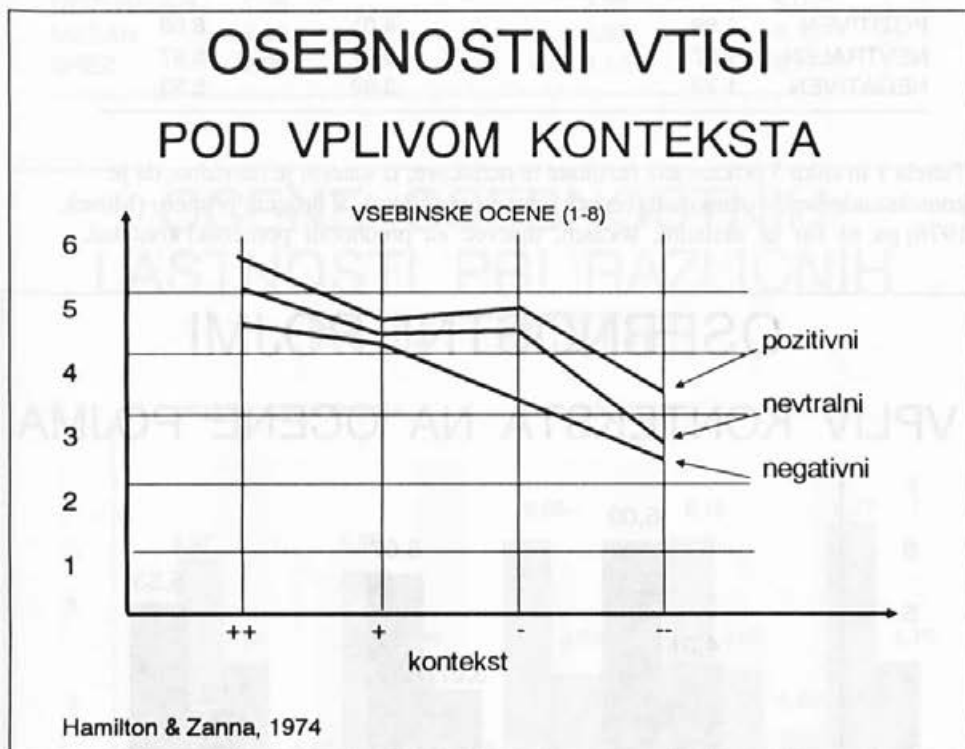
Drugače razlaga kontekstualne učinke Anderson (1966, 1971). Po njegovi razlagi so ti učinki posledica generaliziranega halo efekta (o halo efektu je v zvezi s svojimi ugotovitvami razmišljal že Asch). Anderson meni, da pridobi neka lastnost pomen na podlagi posplošenega vtisa, ki ga dobimo iz celote ostalih oznak v kontekstu. Tako bo v splošno pozitivnem kontekstu oznaka "topel" pridobila pozitiven pomen, v splošno negativnem kontekstu pa negativnega.

TESTNI ATRIBUTI IN POMENSKE OCENE		
M +	ponosen	samozavesten - domišljav
N =	prostodušen	odkrit = netakten
M -	klovnovski	humoren - bedast
Hamilton & Zanna, 1974		

Slika 3

Hamilton in Zanna (1974) sta dala oceniti pomen t.i. testnih atributov v kontekstu z različnimi negativnimi in pozitivnimi oznakami (slika 3). Ocenjevalci so ocenjevali vrsto oseb, opisanih s tremi lastnostmi. Eno od teh lastnosti (testno lastnost) so morale poskusne

osebe vselej oceniti z različnimi pomenskimi lestvicami, in sicer vedno v takšnem ali drugačnem kontekstu z drugimi lastnostmi. Pokazalo se je, da so ocenjevalci dejansko ocenjevali pomen testnih lastnosti tem bolj negativno, čim bolj negativen je bil njihov kontekst (slika 4). Ta trend je zaznaven za pozitivne, nevtralne in negativne testne lastnosti, pri čemer je skladnost s kontekstom razvidna zlasti pri negativnih lastnostih. Poudariti je treba, da je v vseh opisanih primerih kontekst deloval *asimilacijsko*, ocena tarčnih lastnosti se je pod vplivom konteksta gibala v pomenski smeri, ki jo je nakazoval kontekst. Ker je šlo za lastnosti istih oseb oziroma ene osebe, je kontekst deloval v smislu oblikovanja celostnega, skupnega vtisa - nepojmljivo bi bilo, da se različne ocene ne bi skladale med seboj.



Slika 4

RAVEN ADAPTACIJE IN KONTRASTNI UČINKI

Pri ocenjevanju izoliranih osebnostnih lastnosti, ki ne nastopajo v kontekstu iste osebe, pa pogosto lahko naletimo na *kontrastne* učinke konteksta. Izrazit kontrastni kontekstualni učinek pri ocenjevanju osebnostnih lastnosti je bil ugotovljen v naših raziskavah (Musek, Polič, 1974 in Musek, 1978). V prvi raziskavi smo hoteli ugotoviti, ali se vrednostni pomen osebnostnih pojmov (oznake za osebnostne lastnosti) spreminja pod vplivom vrednostno različnega pomenskega konteksta. Poskusne osebe so ocenjevale pozitivne, negativne in nevtralne osebnostne lastnosti v različnih kontekstih; v enem primeru so bili pojmi

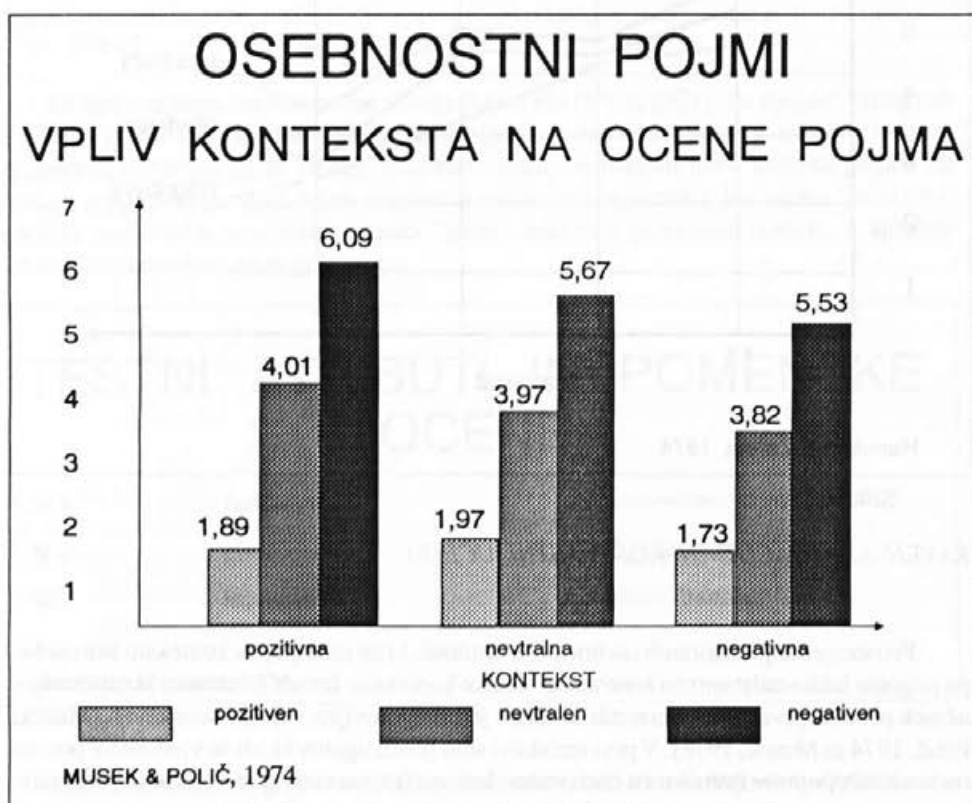
ocenjevani v kontekstu pozitivnih pojmov, v drugem primeru v kontekstu negativnih pojmov in še v kontekstu nevtralnih pojmov.

Tabela 1

OCENE OSEBNOSTNIH POJMOV

KONTEKST	OSEBNOSTNI POJMI POZITIVNI	NEVTRALNI	NEGATIVNI
POZITIVEN	1.89	4.01	6.09
NEVTRALEN	1.97	3.97	5.67
NEGATIVEN	1.73	3.82	5.53

Tabela 1 in slika 5 prikazujeta rezultate te raziskave, iz katerih je razvidno, da je kontekstualni vpliv učinkoval (čeprav razmeroma šibko). V drugem primeru (Musck, 1978) pa ni šlo za aktualni, sočasni, marveč za predhodni pomenski kontekst.

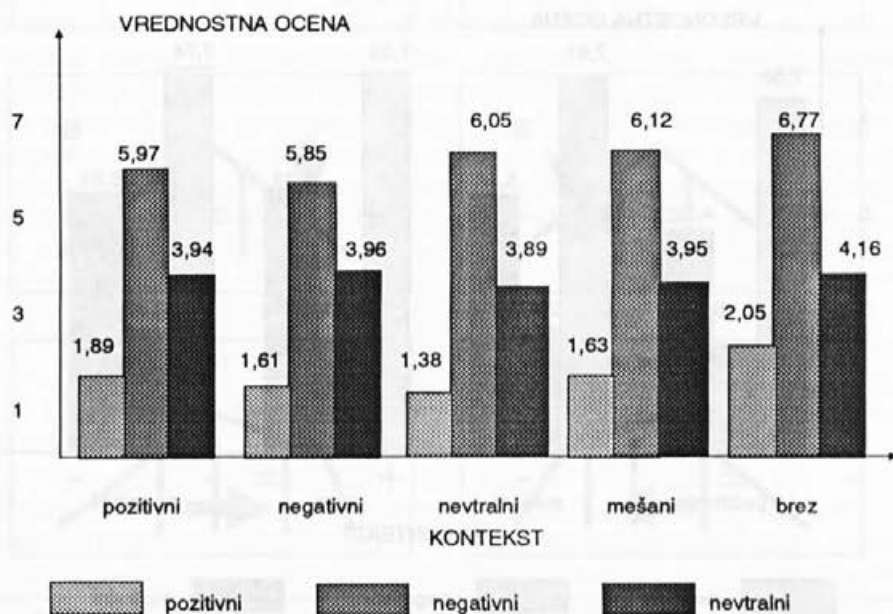


Slika 5

OCENE OSEBNOSTNIH POJMOV

ADAPTACIJA/ KONTEKST	OSEBNOSTNI POJMI POZITIVNI	NEVTRALNI	NEGATIVNI
POZITIVEN	1.89	3.94	5.97
NEGATIVEN	1.61	3.96	5.85
NEVTRALEN	1.38	3.89	6.05
MEŠAN	1.63	3.95	6.12
BREZ	2.05	4.16	6.77

OCENE OSEBNOSTNIH LASTNOSTI PRI RAZLIČNIH KONTEKSTIH



MUSEK, 1978

Slika 6

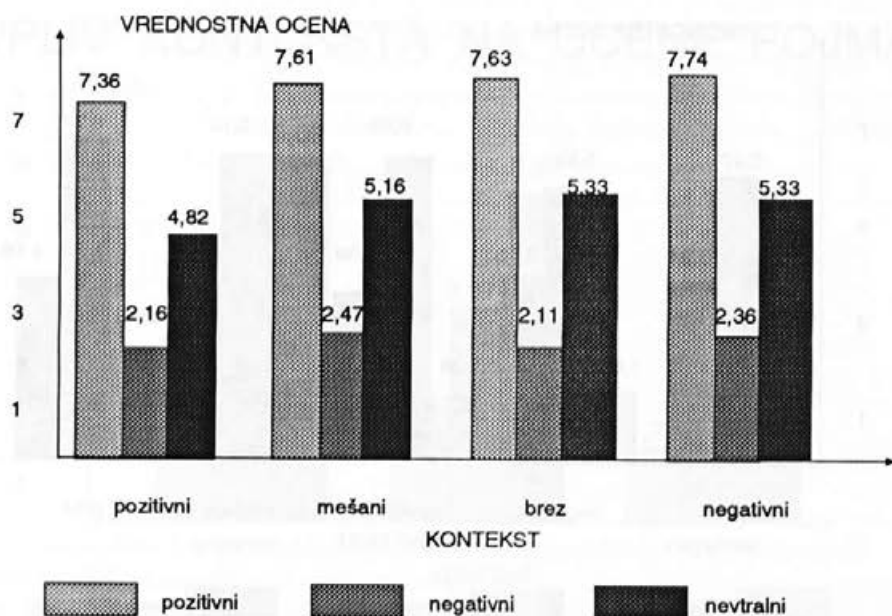
Ocenjevalci so predhodno v petih skupinah ocenjevali osebnostne pojme z različnim pomenom: prva skupina pozitivne, druga negativne, tretja nevtralne, četrta mešane pojme,

Tabela 3

OCENE OSEBNOSTNIH POJMOV

ADAPTACIJA/ KONTEKST	OSEBNOSTNI POJMI POZITIVNI	NEGATIVNI	NEVTRALNI
POZITIVEN	7.36	2.16	4.82
MEŠAN	7.61	2.47	5.16
BREZ	7.63	2.11	5.33
NEGATIVEN	7.74	2.36	5.33

OCENE OSEBNOSTNIH LASTNOSTI PRI RAZLIČNIH KONTEKSTIH

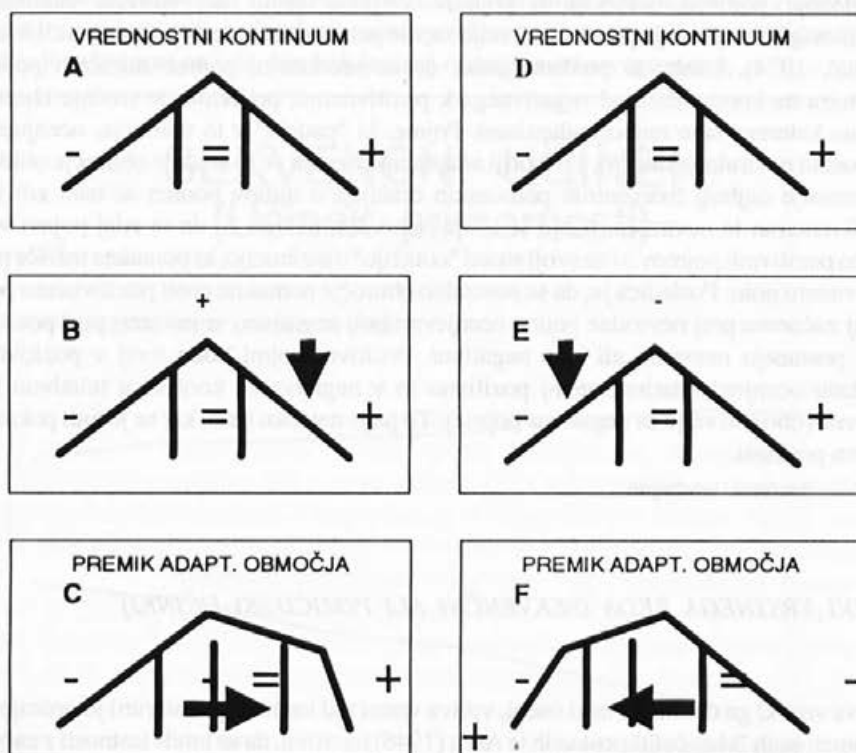


MUSEK, 1978

Slika 7

peta skupina pa ni ocenjevala nobenih pojmov. Nato so v pravem eksperimentu ocenjevalci dobili v oceno po pet pozitivnih, negativnih in nevtralnih pojmov, katerih pomen so ocenjevali na sedemstopenjskih lestvicah semantičnega diferenciala. Ocenjeni pojmi so bile osebnostne lastnosti, kot npr. poštenost, človekoljubnost, škodoželjnost ipd. Seveda nas je predvsem zanimalo, ali sta predhodni kontekst oziroma predhodna adaptacija na pomen bistveno vplivala na dejanski ocenjeni pomen pojmov. Kot kažeta tabela 2 in slika 6, se je vpliv predhodnega konteksta oziroma adaptacije pokazal pri pozitivnih pojmih ($F=8.78$, p manjši kot 0.01), medtem ko pri ostalih pojmih razlike med skupinami niso bile signifikantne.

VPLIV ADAPTACIJE NA OCENJEVANJE LASTNOSTI



Slika 8

Ker smo domnevali, da je učinek konteksta morda prešibek in da so ocenjeni sezname predolgi in se ta učinek lahko ne bi v popolnosti pokazal, smo v naslednjem eksperimentu

podaljšali adaptivne serije s petnajst na trideset, eksperimentalne pa skrajšali na deset pojmov (po tri pozitivne in negativne ter štiri nevtralne). Poleg tega smo uporabili le eno ocenjevalno lestvico za ocenjevanje evaluativnega pomena (dober, pozitiven - slab, negativen), ki pa je imela devet stopenj. V adaptacijskem delu poskusa smo uporabili štiri skupine: adaptacijo na pozitivni, negativni, mešani pomen in skupino brez adaptivnega ocenjevanja.

Rezultati tega eksperimenta so pokazali signifikantne učinke predhodne adaptacije pri vseh vrstah pojmov, pozitivnih, negativnih in nevtralnih (tabela 3 in slika 7). Vse ocene pomena so pod vplivom predhodnega konteksta pomaknjene v nasprotno smer, in sicer natanko tako, kot smo hipotetično domnevali: ocene pod vplivom pozitivnega konteksta so bolj negativne, ocene pod vplivom negativnega konteksta pa bolj pozitivne. Rezultati mešane in kontrolne skupine so v sredini, kar je bilo tudi pričakovati.

Vsi ti podatki kažejo, da se pomen osebnostnih lastnosti nedvomno spreminja pod vplivom konteksta, bodisi sočasnega bodisi predhodnega. Po mojem mnenju je ta učinek zelo podoben - če ne kar identičen - mehanizmu ravni adaptacije, ki ga je za psihofizične dražljaje postuliral Harry Helson. Učinek adaptacije je toliko bolj verjeten, ker je spreminjanje pomena osebnostnih pojmov verjetno samo del splošne zakonitosti kognitivnega ocenjevanja pomena, ki velja za vse pomenske kategorije (o tem tudi Musek in Polič, 1974). Lahko si predstavljamo, da se vrednostni pomen različnih pojmov distribuira na kontinuumu od negativnega k pozitivnemu, pri čemer je srednje območje tisto, na katerega smo najbolj adaptirani. Pojme, ki "padejo" v to območje, ocenjujemo vrednostno nevtralnno (slika 8). Po teoriji adaptacijske ravni se to srednje območje oblikuje kot območje najbolj frekventnih pomenskih dražljajev: njihov pomen se nam zdi zato nezdiferenciran in nevtralen, nanje se adaptiramo. Zamislimo si, da se zdaj pojavi vrsta izrazito pozitivnih pojmov: ti na svoji strani "obtežijo" distribucijo, ki pomakne težišče proti pozitivnemu polu. Posledica je, da se nevtralnno območje pomakne proti pozitivnemu polu; in zdaj začnemo prej nevtralne pojme ocenjevati bolj negativno in nekateri prej pozitivni pojmi postanejo nevtralni ali celo negativni. Pozitivni pojmi bodo torej v pozitivnem kontekstu ocenjeni relativno manj pozitivno in v negativnem kontekstu relativno bolj pozitivno (obratno velja za negativne pojme). To pa je natanko tisto, kar se je tudi pokazalo v našem poskusu.

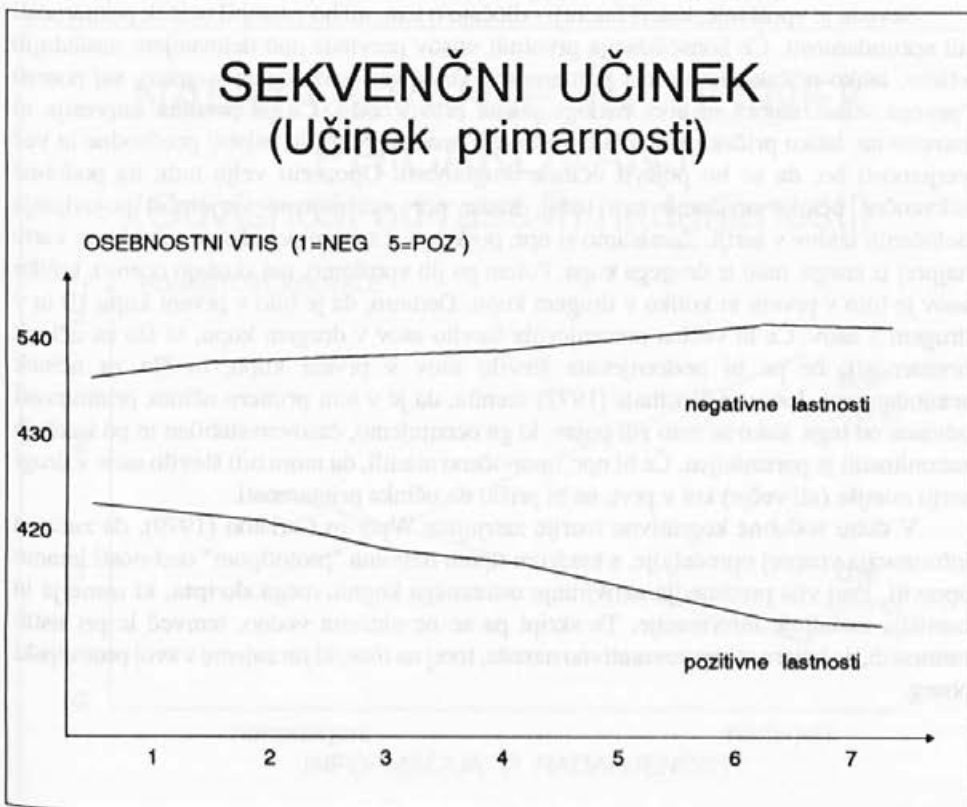
UČINKI VRSTNEGA REDA (SEKVENČNI ALI POZICIJSKI UČINKI)

Na vtis, ki ga dobimo o neki osebi, vpliva vrstni red lastnosti, s katerimi jo opisujemo. V že omenjenih "klasičnih" poskusih je Asch (1946) ugotovil, da so imele lastnosti z začetka liste osebnostnih oznak večji vpliv na celotni vtis o osebnosti tarčne osebe (glej sliko 9). Ta celotni vtis je bil bistveno pozitivnejši, če se je niz istih lastnosti začel z "inteligenten" (npr. inteligenčen - marljiv - impulziven - kritičen - uporen - zamerljiv), kot pa če se je začel z negativno oznako "zamerljiv" (zamerljiv - uporen - kritičen - impulziven - marljiv - inteligenčen). To odvisnost pomena poznejših lastnosti od prejšnjih označujemo kot **učinek primarnosti (primacy effect)**.



Slika 9

Prevladovanje prvotnega vtisa so potrdili v mnogih raziskavah. Zlasti Anderson (1965) je sistematično raziskoval t.i. pozicijske učinke. Slika 10 kaže, kako vpliv posamezne lastnosti na celotni vtis o določeni osebi (pozitiven ali negativen) sistematično upada, čimdlje je ta lastnost na listi, čim bolj je torej oddaljena od prvega mesta.



Slika 10

Efekt primarnosti pa ni edini pozicijski učinek, ki so ga opažali. Celostne sodbe o osebnosti so namreč lahko tudi pod vplivom poznejših informacij. Zlasti če sekundarno sporočilo sledi prvotnemu v jasno oddaljenem sosledju ali razmaku, bo **učinek sekundarnosti** ali drugotnosti (**recency effect**) dovolj razviden (o tem npr. Anderson, 1968; Wyer, 1973; Jones & Berglas, 1976; Wilson & Miller, 1968).

Sekvenčne učinke so razlagali z delovanjem več faktorjev in prav mogoče je, da jih povzročajo različni dejavniki. Učinek primarnosti je lahko npr. posledica upadanja pozornosti (Hendrick & Constantini, 1970). Lahko pride do "zasidranja" prvotnega vtisa, zaradi katerega ne upoštevamo naslednjih informacij, zlasti če so nekompatibilne, neskladne z prvimi (Anderson & Jacobson, 1965), ali pa nadaljnje informacije na nek način **asimilirano** s sidrno informacijo, tako da jih interpretiramo skozi njeno optiko (Jones & Goethals, 1972).

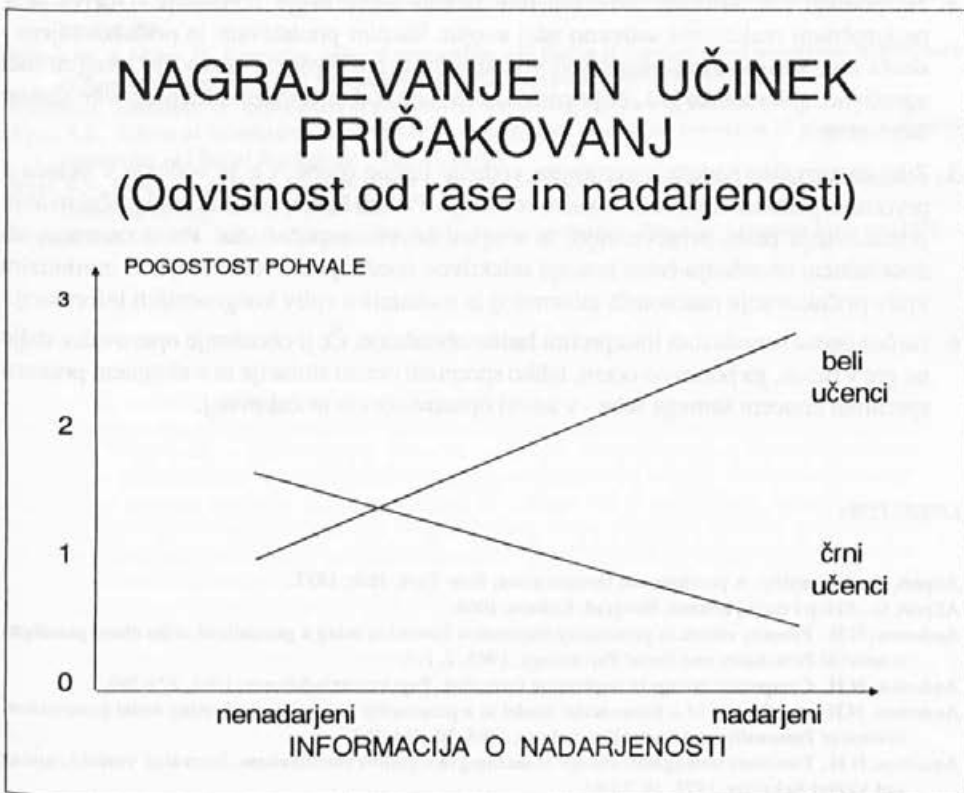
Jones in Goethals (1972) sta skušala razložiti tudi pojavljanje učinkov drugotnosti. Lahko da gre za posledico temeljnih zakonitosti učenja, ki kažejo, da si v sekvenčnem gradivu najbolj zapomnimo prve in zadnje enote (že od Ebbinghausova znana u-krivulja pomnitve). Poznejši procesi lahko prekrijejo in oslabijo učinke poprejšnjih. Morda pa so efekti drugotnosti posledica kontrastnih učinkov; poznejša lastnost, ki v primerjavi s prejšnjimi učinkuje nasprotno ali pa obratno), bistveno spremeni celoten vtis, ga poslabša ali izboljša.

Seveda je vprašanje, kateri faktorji odločajo o tem, ali bo nastopil učinek primarnosti ali sekundarnosti. Če konsolidacija prvotnih vtisov prevlada nad delovanjem naslednjih vtisov, lahko pričakujemo efekt primarnosti. To se verjetno dogaja pogosto, saj pomen "prvega vtisa" najbrž ni brez razloga postal pravo reklo. Če pa prvotna impresija ni intenzivna, lahko pričakujemo, da bo poznejši proces prekril in oslabil predhodne in več verjetnosti bo, da se bo pojavil učinek drugotnosti. Opozoriti velja tudi, da podobne sekvenčne učinke opažamo tudi tedaj, kadar npr. ocenjujemo verjetnost pojavljanja določenih izidov v seriji. Zamislimo si npr. poskus, v katerem pokažemo subjektom karte najprej iz enega, nato iz drugega kupa. Potem pa jih vprašamo, naj skušajo oceniti, koliko asov je bilo v prvem in koliko v drugem kupu. Denimo, da je bilo v prvem kupu 10 in v drugem 5 asov. Če bi večina precenjevala število asov v drugem kupu, bi šlo za učinek primarnosti, če pa bi podcenjevala število asov v prvem kupu, bi šlo za učinek sekundarnosti. Jones in Goethals (1972) menita, da je v tem primeru učinek primarnosti odvisen od tega, kako se nam zdi pojav, ki ga ocenjujemo, časovno stabilen in po kakšnih zakonitostih je porazdeljen. Če bi npr. upravičeno mislili, da mora biti število asov v drugi seriji manjše (ali večje) kot v prvi, ne bi prišlo do učinka primarnosti.

V duhu sodobne kognitivne teorije zatrjujeta Wyer in Carlston (1979), da začetna informacija vnaprej opredeljuje, s kakšnim tipom oziroma "prototipom" osebnosti imamo opraviti. Prvi vtis predstavlja aktiviranje ustreznega kognitivnega **skripta**, ki usmerja in osmišlja nadaljnje informacije. Ta skript pa se ne aktivira vedno, temveč le pri tistih lastnostih, na katere se reprezentativno nanaša, torej na tiste, ki jih zajame v svoj prototipski obseg.

Pričakovanja, naravnosti, predsodki in stereotipi znatno vplivajo na naše vtise, predstave in opažanja o osebnosti drugih. Velikokrat gre pri tem za to, da opažene informacije nekako prefiltriramo, tako da so v skladu s pričakovanji. Na ta način dejansko (često neupravičeno) potrjujem, ojačam in celo "izpolnujem" utirjena pričakovanja. Govorimo o mehanizmih, ki so v psihologiji znani kot **učinek samoizpolnjujoče se prerokbe** (Merton, 1957) in kot **učinek pričakovanja** (Rosenthal, Jacobson, 1968).

Rubovits & Machr (1973) poročata o zanimivi raziskavi, v kateri so opazovali, kako so študentke pedagogike obravnavale učence, s katerimi so delale v manjših skupinah. V skupini sta bila vedno dva bela in dva črna učenca. Med njimi ni bilo bistvenih razlik glede nadarjenosti in sposobnosti, toda študentke so dobile informacije, da je v vsakem paru (belem in črnem) po en učenec nadpovprečno nadarjen, drugi pa povprečen. Slika 11 kaže, kako so bele študentke spodbujale učence s pohvalo. Medtem ko so nadarjene bele učence bistveno pogosteje spodbujale in hvalile kot povprečne bele učence, so črne nadarjene učence hvalile in spodbujale celo manj pogosto kot njihove "nenadarjene" vrstnike. Skratka obnašale so se tako, kot da so si na osnovi dobljenih informacij ustvarile najbolj pozitivno osebnostno sliko o nadarjenih belih učencih in najbolj negativno o nadarjenih črnih učencih.



Slika 11

Presenetljivo, vendar značilno je, da se često celo tarčne osebe obnašajo v skladu s pričakovanji opazovalcev. V znanem poskusu Rosenthala in Jacobsona (1968) - "Pigmalionov razred" - se je pri učencih, za katere so v začetku leta učitelji dobili (napačno) informacijo, da so bolj inteligentni, konec leta pokazalo, da so dejansko signifikantno prekosili svoje vrstnike v IQ-ju! Drugi podatki kažejo, da se tarčne osebe včasih obnašajo tako konformno pričakovanjem drugih, da ne le prilagodijo tem pričakovanjem svoje obnašanje, marveč spremenijo celo podobo in mnenje o samem sebi.

Darley in Fazio (1980) sta izdelala model interakcije, ki razlaga potek samoizpolnjujoče se prerokbe oziroma izpolnitve pričakovanja. Model obsega šest faz:

1. V prvi fazi se oblikujejo pričakovanja pri opazovalcu; oblikujejo se na podlagi neposrednih opažanj, na podlagi stereotipov ali pa obojega.
2. Opazovalec se obnaša do tarčne osebe ustrezno s pričakovanji, ki si jih je ustvaril. Pri pozitivni sliki bo npr. povečal interakcijo in komuniciranje, pri negativni sliki jo bo zmanjšal ali prekinil.
3. Tarčna oseba zaznava in interpretira opazovalčevo obnašanje; često si ga razlaga tako, da ga tolmači z različnimi vzroki in razlogi - z lastnostmi (dispozicijami) opazovalca, s situacijo, z vlogovnimi predpisi, za lastnim obnašanjem ali pa s specifičnimi interakcijami med osebnostnimi lastnostmi in situacijskimi faktorji.
4. Na podlagi teh atribucij uravnava tudi tarčna oseba svoje obnašanje. Odziva se z recipročnimi reakcijami ustrezno zdaj svojim lastnim predstavam in pričakovanjem - skuša npr. kompenzirati negativen vtis ali utrditi pozitivnega; lahko npr. reagira tudi agresivno, ignorantsko ipd., če pripisuje negativne reakcije opazovalca njegovim slabim lastnostim.
5. Zdaj opazovalec nadalje interpretira vedenje tarčne osebe. Če je vedenje v skladu s prvotnimi pričakovanji, se le-ta samo še utrdijo. Pa tudi če ni v skladu s temi pričakovanji, pričakovanja često perseverirajo, in z njimi seveda napačni vtis. Pri dvoumnem ali neskladnem obnašanju često nastopi selektivno opažanje in vrednotenje, ki minimizira vpliv pričakovanju nasprotnih informacij in maksimira vpliv kongruentnih informacij.
6. Tarčna oseba seveda tudi interpretira lastno obnašanje. Če ji obnašanje opazovalca dalje ne gre v račun, ga ponovno oceni, lahko spremeni oceno situacije in v skrajnem primeru spremeni koncept samega sebe - v smeri opazovalčevih pričakovanj.

LITERATURA

- Allport, G., *Personality: A psychosocial interpretation*, New York, Holt, 1937.
- Allport, G., *Sklop i razvoj ličnosti*. Beograd, Kultura, 1966.
- Anderson, N.H., Primacy effects in personality impression formation using a generalized order effect paradigm. *Journal of Personality and Social Psychology*, 1965, 2, 1-9.
- Anderson, N.H., Component ratings in impression formation. *Psychonomic Science*, 1966, 279-280.
- Anderson, N.H., Application of a linear-serial model to a personality impression task using serial presentation. *Journal of Personality and Social Psychology*, 1968, 10, 354-362.
- Anderson, N.H., Two more tests against change of meaning in adjective combinations. *Journal of Verbal Learning and Verbal Behavior*, 1971, 10, 75-85.
- Anderson, N.H. & Jacobson, A., Effect of stimulus inconsistency and discounting instructions in personality impression formation. *Journal of Personality and Social Psychology*, 1965, 2, 531-539.

- Asch, S.E., Forming impressions of personality. *Journal of Abnormal & Social Psychology*, 1946, 41, 258-190.
- Darley, J.M. & Fazio, R.H., Expectancy confirmation processes arising in the social interaction sequence. *American Psychologist*, 1980, 35, 867-881.
- Hamilton, D.L. & Zanna, M.P., Context effects in impression formation: Changes in connotative meaning. *Journal of Personality and Social Psychology*, 1974, 29, 649-654.
- Hendrick, C. & Constantini, A.F., Effects of varying trait inconsistency and response requirements on the primacy effect in impression formation. *Journal of Personality and Social Psychology*, 1970, 15, 158-164.
- Jones, E.E. & Berglas, S., A recency effect in attitude attribution. *Journal of Personality*, 1976, 44, 433-448.
- Jones, E.E. & Goethals, G.R., Order effects in impression formation: Attribution context and the nature of the entity. In E.E. Jones et al. (Eds.), *Attribution: Perceiving the causes of behavior*. Morristown, General Learning Press, 1972.
- Kelley, H.H., The warm-cold variable in first impressions of persons. *Journal of Personality*, 1950, 18, 431-439.
- Merton, R.K., *Social theory and social structure*. New York, The Free Press, 1957.
- Musek, J., Učinek konteksta pri vrednostnem ocenjevanju. *Posvetovanje psihologov Slovenije - Portorož 1977*, Ljubljana, Društvo psihologov Slovenije, 1978.
- Musek, J. & Polič, M., The anchoring and contextual effects on evaluative judgments. *Proceedings of the 2nd Prague Conference on Psychology of Human Learning and Problem Solving*. Praha, 1974.
- Norman, W.T., Toward an adequate taxonomy of personality attributes: Replicated factor structure in peer nomination personality ratings. *Journal of Abnormal & Social Psychology*, 1963, 66, 574-583.
- Ostrom, T.M., The relationship between affective, behavioral and cognitive components of attitude. *Journal of Experimental Social Psychology*, 1969, 5, 12-30.
- Passini, F.T. & Norman, W.T., A universal conception of personality structure? *Journal of Personality and Social Psychology*, 1966, 4, 44-49.
- Rosenthal, R. & Jacobson, L., *Pygmalion in the classroom*. New York, Holt, 1968.
- Rubovits, P.C. & Machr, M.L., Pygmalion black and white. *Journal of Personality and Social Psychology*, 1973, 25, 210-218.
- Wilson, W. & Miller, H., Repetition, order of presentation, and timing of arguments and measures as determinants of opinion change. *Journal of Personality and Social Psychology*, 1968, 9, 184-188.
- Wishner, J., Reanalysis of "impressions of personality". *Psychological Review*, 1960, 67, 96-112.
- Wyer, R.S., Effects of information inconsistency and grammatical context on evaluation of persons. *Journal of Personality and Social Psychology*, 1973, 25, 45-49.
- Wyer, R.S., Changes in meaning and halo effects in personality impression formation. *Journal of Personality and Social Psychology*, 1974, 29, 829-835.
- Wyer, R.S. & Carlston, D.E., *Social cognition, inference, and attribution*. Hillsdale, Lawrence Erlbaum, 1979.