

Sveučilište u Zagrebu

Filozofski fakultet

Odsjek za psihologiju

**UTJECAJ NOŠENJA NAOČALA NA PROCJENU  
INTELIGENCIJE, OSOBINA LIČNOSTI I FIZIČKE  
PRIVLAČNOSTI**

Diplomski rad

Paulina Tomić

Mentor: dr. sc. Željka Kamenov, izv. prof.

Zagreb, 2007.

Naslov:

Utjecaj nošenja naočala na procjenu inteligencije, osobina ličnosti i fizičke privlačnosti

Sažetak:

Ispitana je uloga nošenja naočala u stvaranju dojmova, kao i razlika u procjenama sudionika koji i sami imaju probleme vida i onih koji ih nemaju. Uz to, ispitana je razlika u procjenama sudionika koji kažu da ne koriste stereotip o osobama s naočalama u socijalnoj percepciji i onih koji kažu da to čine. Studentice psihologije (N = 160) procjenjivale su 4 djevojke fotografirane sa i bez naočala na 10 osobina: inteligentna, marljiva, kritična, pouzdana, poštena, društvena, zabavna, srdačna, konvencionalna i fizički privlačna. Ciljne osobe u situaciji s naočalama obično su procjenjivane kao inteligentnije, marljivije, kritičnije, pouzdanije, poštenije i konvencionalnije, te manje društvene, zabavne i srdačne. Naočale nisu imale statistički značajan efekt na procjenu fizičke privlačnosti. Također, nisu pronađene razlike između sudionika koji i sami imaju probleme vida i onih koji ih nemaju, kao što nisu pronađene ni razlike između sudionika koji smatraju i onih koji ne smatraju da su pod utjecajem stereotipa o osobama s naočalama u socijalnoj percepciji.

Ključne riječi: naočale, stereotipi, stvaranje dojmova

Title:

The effect of wearing glasses upon judgements of intelligence, personality traits and physical attractiveness

Abstract:

The role of eyeglasses in impression formation was examined, as well as the difference in judgements between subjects who themselves have sight problems and those who have not. Additionally, we examined the difference in judgements between subjects that say they do not use the eyeglasses stereotype in social perception and those who say they do. Female students of psychology (N = 160) judged 4 young women photographed with and without glasses for 10 traits: intelligent, industrious, critical, dependable, honest, sociable, amusing, kind, conventional and physically attractive. The target persons when wearing glasses usually tended to be rated more intelligent, industrious, critical, dependable, honest and conventional, and less sociable, amusing and kind. Glasses had no statistically significant effect upon judgement of physical attractiveness. Also, no differences were found between subjects who themselves had sight problems and those who had not, as well as there were no differences between subjects who did and who did not perceive themselves as influenced by the eyeglasses stereotype in social perception.

Key words: eyeglasses, stereotypes, impression formation

# SADRŽAJ

UVOD.....	1
Stereotipi.....	1
<i>Određenje pojma.....</i>	<i>1</i>
<i>Reprezentacija stereotipa.....</i>	<i>2</i>
<i>Nastanak, održavanje i funkcija stereotipa.....</i>	<i>3</i>
<i>Korištenje stereotipa pri stvaranju dojmova.....</i>	<i>4</i>
<i>Promjena stereotipa.....</i>	<i>5</i>
Fizički izgled kao osnova za stereotipiziranje.....	7
Naočale kao znak za stereotipiziranje.....	8
CILJ, PROBLEMI I HIPOTEZE ISTRAŽIVANJA.....	11
Cilj.....	11
Problemi.....	11
Hipoteze.....	12
METODA.....	13
Sudionici.....	13
Instrumenti.....	13
Postupak.....	16
REZULTATI.....	17
RASPRAVA.....	26
Praktične implikacije i ograničenja istraživanja.....	29
ZAKLJUČAK.....	31
LITERATURA.....	32
UPITNIK.....	34

## UVOD

### Stereotipi

#### *Određenje pojma*

Kada je godine 1794. francuski tiskar Firmin Didot *stereotipom* (grč. *sterós* = tvrd, čvrst; *týpos* = lik, oblik) nazvao metalnu ploču odlivenu s matrice, odnosno kopiju sloga koja se može koristiti za tiskanje umjesto originala, nije ni slutio koliko će taj termin nadrastiti svoju prvotnu namjenu i primjenu. On se, naime, učinio prikladnim novinaru Walteru Lippmanu da izrazi gotova, pojednostavljena, ukalupljena mišljenja o pripadnicima raznih društvenih skupina. U svom klasičnom djelu, *Javno mnijenje* (1922), Lippmann stereotipima naziva «slike u našim glavama» uvjetovane kulturom, koje nam pomažu da izađemo na kraj sa složenošću socijalnog svijeta (prema Macrae, Stangor i Hewston, 1996); oni su tipična slika koja nam se javlja kada mislimo o nekoj društvenoj skupini.

Tako je *stereotip* kao pojam, prvo preko jednog tiskara a onda preko jednog novinara, došao do socijalnih psihologa, da bi se zatim dalje uvukao u sve pore društvenog života. Gordon Allport, u djelu *The Nature of Prejudice (Priroda predrasuda)* (1954; prema Kunda, 2002), slično Lippmanu definira stereotipe kao «preuveličana vjerovanja povezana s nekom kategorijom». Stereotipiziranje je opisao kao proces vođen «zakonom najmanjeg napora» (prema Aronson, Wilson i Akert, 2005), do kojeg dolazi jer je svijet presložen da bismo o svemu mogli imati detaljno razrađene stavove. No oni nisu puke kognitivne generalizacije, već ujedno služe i kako bi opravdali negativne stavove o drugima, što ih čini otpornima na promjene i uvelike netočnima. Nadalje, stereotipi su dobili prizvuk iracionalnosti, uklopivši se u koncept *autoritarne ličnosti* (Adorno i sur., 1950; prema Macrae, Stangor i Hewstone, 1996), koja promatra svijet na pojednostavljen način kako bi zadovoljila svoje uglavnom nesvjesne etnocentričke potrebe; u tom su smislu stereotipi snažno povezani s predrasudama.

Sve prethodno rečeno pripada tradicionalnom shvaćanju stereotipa, koje ih dakle promatra kao uglavnom negativne fenomene, netočne i rigidne generalizacije o društvenim skupinama. Nasuprot tome, novija, socijalno-kognitivna shvaćanja prvenstveno naglašavaju karakteristike stereotipa vezane uz procesiranje informacija i shematiziranje (npr. Hamilton i Troler, 1986; prema Macrae, Stangor i Hewstone, 1996), što ih u osnovi čini istima bilo kojoj drugoj generalizaciji, te oni kao takvi mogu biti pozitivni ili negativni, točni ili pogrešni, fleksibilni ili rigidni. Ponekad su naši stereotipi netočni jer pretpostavljamo da određena skupina ima previše ili premalo izraženu neku osobinu, a ponekad podcjenjujemo varijabilitet skupine s obzirom na danu osobinu. Tradicionalno se stereotipe shvaćalo kao kognitivnu sastavnicu međugrupnog stava, uz predrasude kao afektivnu i diskriminaciju kao bihevioralnu sastavnicu, no u novije je vrijeme prisutno i alternativno gledište, to jest da je afekt središnja komponenta samog stereotipa (prema Macrae, Stangor i Hewstone, 1996).

### *Reprezentacija stereotipa*

Različiti modeli reprezentacije stereotipa «u našim glavama» dovode do različitih predviđanja s obzirom na načine na koje se stereotipi formiraju, održavaju, primjenjuju i mijenjaju. U tom su pogledu glavna tri modela, koja stereotipe vide reprezentirane bilo kao *grupne sheme*, *grupne prototipove*, ili *egzemplare* (prema Leyens i Dardenne, 2003).

*Scheme* su spoznajne strukture na najapstraktnijoj razini koje predstavljaju organizirano znanje o nekom konceptu, a utječu na percepciju, pamćenje i zaključivanje. Prema tome, stereotipi su generalizirana, visoko apstraktna vjerovanja o skupinama i njihovim članovima. Zbog njihove je apstraktnosti vrlo izražen potencijal za asimilaciju informacija, čak i onih nesukladnih stereotipu.

*Prototipovi* su mentalne reprezentacije slične shemama, ali na nižoj i specifičnijoj razini reprezentacije. To su apstraktne reprezentacije tipičnih obilježja neke skupine (npr. Talijani su «romantični»). Opažači prosuđuju individualne članove neke skupine na temelju njihove sličnosti s prototipom. Znanje o stereotipu hijerarhijski je organizirano, tako da postoje osnovne kategorije i podtipovi. U okviru ovog modela predviđa se da opažači, ovisno o stupnju podudaranja prototipa i pojedinca, često neće primijeliti

stereotip na pojedinačnog člana stereotipizirane skupine, ili će, kao drugu opciju, stvoriti novi podtip, što postupno dovodi do promjene sadržaja samog stereotipa.

Prema modelu *egzemplara*, opažači nemaju apstraktne reprezentacije skupina, već u pamćenju imaju sjećanje na određene konkretne pojedince (*egzemplare*) s kojima su se posredno ili neposredno susreli. Koji nam egzemplari padnu na um kada susretnemo nekog pojedinca ovisi u usmjerenosti naše pozornosti, odnosno o kontekstu. Iz toga slijedi da se neće aktivirati uvijek isti stereotip pri susretu s članovima neke stereotipizirane skupine, ili čak s istim pojedinačnim članom skupine u različitim situacijama. Druga implikacija ovog pristupa jest da su moguće dramatične promjene stereotipa kao posljedica iskustva s jednim jedinim egzemplarom koji snažno pobija stereotip.

### *Nastanak, održavanje i funkcija stereotipa*

U nastanku i održavanju stereotipa sudjeluju brojni kognitivni, afektivni, socijalni i kulturni mehanizmi (prema Macrae, Stangor i Hewstone, 1996). Tako nam u nekim situacijama stereotipi pojednostavljuju procesiranje, dok u drugima obogaćuju percepciju i omogućuju opažaču da «ode dalje od danih informacija» (Brunner i sur., 1956; prema Leyens i Dardenne, 2003). Dakle, premda dolazi do *informacijskog gubitka*, jer zanemarujemo individualnost svakog pojedinog člana određene kategorije, dolazi i do *informacijskog dobitka*, jer individualnim članovima pripisujemo karakteristike skupine. Uz to, njihov nastanak i održavanje potiče naša sklonost da asimiliramo događaje u unaprijed utvrđenje kategorije, kao i da selektivno pamtimo informacije. Katkada se rađaju iz samoispunjavajućih proročanstava, a ponekad su im uzrok iluzorne korelacije i percepcija homogenosti vanjske skupine. Nadalje, stereotipi ponekad pomažu opažaču da opravda određeni zaključak ili ponašanje, što ujedno čuva *status quo*. Socijalno ih učimo putem opažanja i oponašanja obitelji, prijatelja i medija. Konformirajući se kulturi i skupini kojoj pripadamo nužno prihvaćamo i odgovarajuće socijalne norme koje se, između ostalog, ogledaju i u odgovarajućim stereotipima.

Ukratko, prema Tajfelu (1981; prema Macrae, Stangor i Hewstone, 1996), na individualnoj razini stereotipi služe za sistematiziranje i simplificiranje informacija dostupnih opažaču, dok na kolektivnoj razini nude kulturno prihvaćena objašnjenja

dogadaja, opravdavajući tako postupke vlastite skupine, i pružajući sredstva određenoj skupini da se pozitivno razlikuje od ostalih skupina. Povezano s ovim posljednjim su i rezultati istraživanja kojima se ispitivalo kako pripadnici pojedinih naroda ocjenjuju sami sebe (autostereotipi) a kako druge narode (heterostereotipi). Pokazalo se da se vlastitom narodu pridaju pozitivne osobine, i to uglavnom slične pozitivne osobine kod svih od ispitivanih naroda (prema Rot, 1972).

Dakle, stereotipi zadovoljavaju dva temeljna ljudska motiva, s jedne strane objašnjavanje i predviđanje socijalnog svijeta, a s druge održavanje samopoštovanja.

### *Korištenje stereotipa pri stvaranju dojmova*

Važno je istaknuti razliku između *stereotipa*, kao vjerovanja o društvenim skupinama, i *stereotipiziranja*, kao korištenja stereotipnog znanja u stvaranju dojmova o pojedinačnoj osobi koja je kategorizirana kao član stereotipizirane skupine. Ni dostupnost niti aktivacija stereotipa nisu dovoljan uvjet da dođe do stvarnog korištenja stereotipnog znanja u stvaranju dojma o konkretnom članu skupine, budući da između stereotipa i stereotipiziranja vlada složen međuodnos.

Na primjer, može doći do kategorizacije dane osobe, ali bez aktivacije stereotipa, jer je ta kategorizacija irelevantna budući da je prisutna snažna interpersonalna orijentacija odnosa između opažača i ciljne osobe. U tom će slučaju relevantne osobine, kao što su ljubaznost, inteligencija ili moć, pružiti shematski okvir za stvaranje dojmova (Bodenhausen i Lichtenstein, 1987; prema Macrae, Stangor i Hewstone, 1996).

Druga je mogućnost da dođe do aktivacije stereotipa, ali da se on ne koristi kao osnova za stvaranje dojmova. To se može dogoditi tako da svjesno potiskujemo proces stereotipiziranja (Devine, 1989; Stangor i Lange, 1994; prema Macrae, Stangor i Hewstone, 1996), ili, na razini koja ne zahtijeva svjesnu pažnju, da informacije o pojedincu izazivaju istovremenu aktivaciju nekoliko stereotipa koji se međusobno natječu, a o kontekstu socijalne interakcije ovisit će koje ćemo stereotipe zanemariti, a koje koristiti u procesu socijalne percepcije.

I kao treća mogućnost, može doći do aktivacije stereotipa i njegovog korištenja u početnim fazama stvaranja dojmova, ali on se postupno modificira pod utjecajem

individualnih informacija o danom pojedincu, koje su često suprotne kategorijalnoj informaciji (prema Leyens i Dardenne, 2003).

Istraživanja pokazuju (prema Macrae, Stangor i Hewstone, 1996) da je stereotipiziranje najvjerojatnije kada su zahtjevi zadatka veliki, informacija složena, i dostupna subkategorizacija pojedinaca na temelju socijalno značajnih razlika, što su sve karakteristike procesiranja informacija u većini multipersonalnih socijalnih situacija.

Već je spomenuto da za aktivaciju stereotipa nije nužno potrebna svjesna pažnja. Naime, do sredine 80-ih postalo je jasno da se mnoge naše misli i osjećaji mogu automatski aktivirati (prema Kunda, 2002). Tako se i stereotipi mogu aktivirati automatski i utjecati na naše prosudbe i ponašanje bez da smo toga svjesni, što ujedno otežava njihovo kontroliranje. Patricia Devine (1989) istraživala je kako stereotipna vjerovanja djeluju na kognitivnu obradu. Devine je predložila model kognitivne obrade od dva koraka: automatska obrada aktivira sheme, to jest stereotipe, ali ih kontrolirana (svjesna) obrada može odbaciti ili zanemariti. Međutim, ako smo u gužvi, preopterećeni, ometeni ili nedovoljno koncentrirani, možemo uopće ne započeti kontroliranu razinu obrade, što znači da je stereotip aktiviran automatskim procesom, te bez naše volje i svijesti utječe na naše prosudbe o drugima. Stoga, tvrdi Devine, premda se ljudi razlikuju po stupnju izraženosti predrasuda (na svjesnoj, kontroliranoj razini), osobe koje nemaju izražene predrasude na nesvjesnoj su, automatskoj razini pod podjednakim utjecajem stereotipa kao i predrasudne osobe. Međutim, novija su istraživanja ukazala na neka ograničenja Devineinih istraživanja i zaključaka. Na primjer, Russell Fazio i suradnici (Fazio, Jackson, Dunton i Williams, 1995; prema Aronson, Wilson i Akert, 2005) pokazali su da među pojedincima, suprotno nalazima Devine, vlada znatan varijabilitet u automatskom aktiviranju negativnih stereotipa.

### *Promjena stereotipa*

Općenito se smatra da je stereotipe lakše održavati nego mijenjati, budući da mnogobrojni procesi doprinose održavanju čak i nevažnih stereotipa. No koliko god se naglašavala rigidnost stereotipa, oni ipak nisu statični. Zajedno s promjenama u socijalnom svijetu, mijenjaju se i stereotipi – neki lakše a neki teže, neki brže a neki sporije, ovisno o svojoj specifičnoj funkciji i prirodi.



Predložena su četiri teorijska modela promjene (prema Hilton i von Hippel, 1996), koji pokušavaju odgovoriti na pitanje o procesima koji leže u podlozi promjene stereotipa, iz čega se nadalje mogu izvesti konkretne smjernice za poticanje promjene negativnih stereotipa u društvu. Prema modelu *knjigovodstva* (Rothbart, 1981; prema Hilton i von Hippel, 1996), svaka mala nesukladnost dovodi do male promjene stereotipa. Tako dolazi do postupne korekcije stereotipa. Drugi model jest model *obrata* (Rothbart, 1981; prema Hilton i von Hippel, 1996), prema kojem do promjene stereotipa dolazi na dramatičan način, ali samo nakon određene kritične razine nesukladnosti. Model *podtipova* (Brewer i sur, 1981; prema Hilton i von Hippel, 1996) tvrdi da se nesukladna informacija jednostavno rekatégorizira pod novom sporednom klasifikacijom. Na taj se način stereotip ne uništava, ali se postupno sve više sužava. I na kraju, prema modelu *egzemplara* (Smith i Zárate, 1992; prema Hilton i von Hippel, 1996), kao što je već spomenuto, stereotipi se sastoje od reprezentacija specifičnih pojedinaca, a do promjene stereotipa dolazi dodavanjem novih egzemplara.

Najutjecajnija hipoteza o smanjivanju predrasuda i mijenjanju s njima povezanih stereotipa jest *hipoteza kontakta* (Allport, 1954; prema Kunda, 2002). No istraživanja su pokazala da za promjenu nije dovoljan bilo kakav kontakt. Uvjeti su da članovi dvije skupine imaju ravnopravan status, priliku da se međusobno upoznaju, zatim da budu izloženi dokazima koji pobijaju stereotip, te da imaju zajedničke ciljeve i aktivnu suradnju – kao u slučaju klasičnog eksperimenta Sherifa i suradnika (1961; prema Kunda, 2002). No čak niti tada kontakt nije uvijek djelotvoran u smanjivanju predrasuda i mijenjanju stereotipnih vjerovanja. Jedan od razloga jest taj što neutralna ponašanja stereotipizirane skupine možemo pod utjecajem stereotipa protumačiti kao konzistentna s našim negativnim stereotipima. A drugi jest što čak i kada priznamo da pojedinci jasno pobijaju stereotip o svojoj skupini, možemo ih smatrati atipičnima za tu skupinu (stvaramo podtip). No ipak, nalazi longitudinalnih istraživanja govore da tijekom duljih vremenskih razdoblja dolazi do značajnih promjena čak i etničkih stereotipa, za koje se smatra da su najotporniji na promjenu (Katz i Braly, 1933; Gilbert 1951; Karlins, Coffman i Walters 1969; prema Kunda, 2002).

## Fizički izgled kao osnova za stereotipiziranje

Većina stereotipiziranih skupina razlikuje se po svom izgledu. Tako se može reći da se pripadnici raznih etničkih i rasnih skupina uglavnom i fizički razlikuju, kao što se razlikuju i muškarci i žene, starije i mlađe osobe. Na osnovi izgleda možemo zaključiti čime se neka osoba bavi, npr. je li biznismen ili umjetnik, te mu u skladu s tom kategorizacijom pripisati osobine njegove skupine. Ali neke skupine postaju predmetom stereotipiziranja samo na osnovi svog izgleda, pa tako imamo stereotipe o fizički privlačnim osobama, o pretilima, niskima rastom, plavušama, crvenokosima i slično. Osim toga, nastojeći odgovoriti na pitanje zašto neku osobu smještamo u određenu kategoriju, pronađeno je da u tome glavnu ulogu igra upravo fizički izgled (Brewer, 1988; Mc Arthur, 1982; prema Macrae, Stangor i Hewstone, 1996).

Prema *ekološkoj teoriji socijalne percepcije* (McArthur i Baron, 1983; prema Macrae, Stangor i Hewstone, 1996), specifični sadržaj grupnih stereotipa može dijelom nastati iz tendencije da pretjerano generaliziramo točne informacije koje fizički izgled pruža u vezi psiholoških osobina ljudi. Osnovna postavka ekološkog pristupa socijalnoj percepciji jest da vidljivi znakovi koje pružaju pokreti, glas i izgled lica pružaju socijalno korisne informacije. Tako, prije nego da tek služi kao osnova za kategorizaciju, izgled može i sam odrediti sadržaj stereotipa. To nadalje znači da se osobe koje slično izgledaju percipiraju kao da imaju i slične psihološke osobine. U skladu s postavkama ekološke teorije, brojni dokazi pokazuju da su ljudi visoko udešeni na informacije koje pruža izgled (prema Macrae, Stangor i Hewstone, 1996). Oslanjanje na fizički izgled u opisu drugih osoba prisutno je već od rane dobi, tako da se i vrlo mala djeca pri opisu drugih oslanjaju gotovo isključivo na fizički izgled (Livesley i Bromley, 1973; prema Macrae, Stangor i Hewstone, 1996). Osim toga, ne samo da je fizički izgled istaknut aspekt socijalne percepcije, već su i ljudi izvanredno dobri u prepoznavanju ljudskih lica, za što je pronađeno da postoji i neuralna osnova (prema Macrae, Stangor i Hewstone, 1996). Sve ovo govori da opažanje fizičkog izgleda igra važnu ulogu u socijalnoj percepciji i nastanku grupnih stereotipa.

Istraživanja su pokazala da naizgled trivijalni znakovi mogu biti osnova za (više ili manje svjesno) kategoriziranje i u skladu s tim stereotipno procjenjivanje ljudi. Neki od tih znakova koji su bili podvrgnuti eksperimentalnoj analizi jesu nošenje dioptrijskih

naočala, šminka kod žena, brada nasuprot obrijano lice kod muškaraca, duljina kose i frizura (prema Kaiser, 1985). Za razliku od (relativno) trajnih fizičkih osobina, kao što su fizionomija lica, visina i tjelesna konstitucija (koji su također eksperimentalno dokazana osnova za stereotipiziranje), naprijed navedeni znakovi posebno su zanimljivi jer ih je uglavnom lako po volji mijenjati, te na taj način svjesno upravljati dojmovima koje želimo ostaviti na druge.

## **Naočale kao znak za stereotipiziranje**

Premda se naočale mogu činiti kao relativno trivijalna fizička karakteristika koja nije vrijedna psihologijskog istraživanja, mnoge studije govore da naočale igraju nezanemarljivu ulogu u socijalnom prosuđivanju ljudi. Naime, prema istraživanjima, nošenje naočala obično je pozitivno povezano sa stereotipnim osobinama kao što su inteligencija, marljivost, pouzdanost i poštenje (kada je riječ o novcu). Takve je, naime, rezultate dobio Thornton (1943) u svom pionirskom istraživanju na tom području, a isto su potvrdili i Manz i Lueck (1968) na njemačkoj populaciji. Hamid (1968; prema Kaiser, 1985) je pronašao da studenti koriste slične stereotipe kada procjenjuju fotografije ženskih osoba iz časopisa; studenti oba spola osobe s naočalama procjenjuju kao inteligentnije, religioznije, konvencionalnije, nemaštovitije i sramežljivije, te manje fizički privlačne i profinjene. Utjecaj naočala na procjenu fizičke privlačnosti pronašli su i Terry i Kroger (1976), kao i Lundberg i Sheehan (1994), premda ne i utjecaj naočala na procjenu inteligencije. U istraživanju kojeg su proveli Bartolini, Kresge, McLennan i Windham (1988) pokazalo se da se kada nose naočale i muškarci i žene procjenjuju kao autoritativniji, dok se samo žene procjenjuju kao poštenije. Čini se da se negativni stereotipi koje odrasli pripisuju osobama s naočalama internaliziraju već u ranom djetinjstvu, budući da su Terry i Macy (1991) pronašli negativni utjecaj naočala na socijalne prosudbe kod djece 1. i 3. razreda osnovne škole u procjenjivanju svojih vršnjaka.

Navedena istraživanja koristila su fotografije ili crteže kao podražajni materijal za stvaranje dojmova. No Argyle i McHenry (1971) zapitali su se postoji li utjecaj naočala i

onda kada se umjesto kratko prezentiranih fotografija kao podražajni materijal koriste video-snimke duljeg trajanja. Pronašli su pozitivan utjecaj naočala na procjenu inteligencije kada je osoba statično prikazana 15 sec. No kada se procjene daju na osnovi prikazanog intervjua s ciljnom osobom u trajanju od 5 min, utjecaj naočala na procjenu inteligencije nestaje, što svakako treba imati na umu pri generaliziranju rezultata dobivenih uz korištenje statičnih prikaza ciljnih osoba.

Prema Secordu (1958; prema Macrae, Stangor i Hewstone, 1996), jedan od načina na koje nastaju stereotipi temeljeni na fizičkom izgledu jesu *funkcionalne povezanosti*. Fizička obilježja služe određenim funkcijama iz kojih mogu nastati pretjerane generalizacije. Tako do pojave da se osobe koje nose naočale percipiraju kao inteligentnije može doći zbog funkcionalnih karakteristika naočala: funkcija im je pomoć pri čitanju, a takvo «knjiško» ponašanje povezano je s inteligencijom. Ili, kao što o takvoj logici kažu Rijavec i Miljković (1999; str. 22): «Osoba nosi naočale jer ne vidi dobro. A ne vidi dobro jer puno čita. A onaj tko je puno pročitao, puno zna i pametniji je.»

Što se tiče točnosti stereotipa o osobama koje nose naočale, još se Thornton (1943) bavio tim pitanjem, prvenstveno jesu li osobe s naočalama zaista inteligentnije, u smislu veće uspješnosti u rješavanju testa inteligencije. Ali na svom uzorku studenata dobio je samo blagu tendenciju u smjeru veće inteligencije osoba s naočalama. No zaključio je da su te razlike premalene da bi bile odgovorne za nastanak stereotipa. No ipak je ostavio vrlo vjerojatnom mogućnost da bi, ako bi se promatrala čitava populacija, razlike u inteligenciji između osoba koje nose i koje ne nose naočale mogle biti veće.

Thorntonova pretpostavka o mogućim većim razlikama u čitavoj populaciji djeluje uvjerljivo kada se uzme u obzir godina njenog nastanka (1943.). Zaista, u čitavoj populaciji oči su naprezali većinom oni koji su puno čitali, i to knjige, i to sadržajno «pametne» knjige, pa je u njihovom slučaju mogla vrijediti logika «onaj tko je puno pročitao, puno zna i pametniji je.» Stoga je moguće da je u svom ishodištu stereotip o osobama s naočalama, tj. prvenstveno intelektualcima, bila prilično točna generalizacija. No vremenom se činjenično stanje svari mijenjalo, a uslijed svoje inertnosti stereotip je postao pretjerana generalizacija. A što se promijenilo? Promijenilo se to da danas ukupna populacija čita više nego ikada, ali samo iznimno, u rijetkim slučajevima «pametne» knjige, a većinom dnevne novine prilagođene ukusu mase, ženske časopise (koje čitaju i muškarci!), teen-časopise i ostala zabavna štiva, što su sve slabi znaci intelektualnog statusa. Osim toga, pred oči ljudi današnjice stavljaju se i u prijašnjim vremenima nepoznati zahtjevi (što su mogući novi izvori nepravilnog rada vidnog aparata): višesatno

gledanje u ekran TV-a ili kompjutera, radi sapunica ili video-igrice, što opet ne ulazi u repertoar ponašanja prototipnog intelektualca na osnovi kojeg je, pretpostavljamo, izgrađen stereotip.

Što se tiče osobina ličnosti, jedno relativno novije istraživanje (Borkenau, 1991) bavilo se pitanjem korelacije nošenja naočala i ličnosti. Na osnovi samoprocjena sudionika u upitniku ličnosti pronađeno je da su sudionici koji nose naočale manje ekstravertirani i manje otvoreni prema iskustvu. S obzirom da se dodatne procjene nezavisnih procjenjivača nisu poklapale sa samoprocjenama, isključen je utjecaj stereotipa na samoprocjene. Autor za ovakve rezultate nudi dva objašnjenja: ili je oštrina vida direktno povezana s ličnošću, ili pak ličnost utječe na voljnost nošenja naočala.

U prenošenju i mijenjanju stereotipa veliku ulogu igraju masovni mediji. S jedne strane, stereotip o osobama s naočalama potreban je filmskoj industriji, u kojoj često nalazimo čitavu plejadu karikiranih likova profesora, školskih «štrebera», novinara, pisaca, autističnih čudaka i sl., kojima se naočale stavljaju kao neizostavni dio njihovog imidža, a i kako publika ne bi bila u nedoumici što su i tko su. Nadalje, u modnim časopisima uz odjeću za poslovni izgled modeli kao «dodatnu opremu» nose i naočale, koje su, sve u svemu, postale lako prepoznatljiv, informacijski bogat znak. No dok s jedne strane mediji održavaju potreban im stereotip, reklamne kampanje proizvođača okvira za naočale ne odriču se stereotipa, ali ga nastoje promijeniti, utoliko što naglašavaju pozitivne a potiru njegove negativne strane. Počevši od dječjih okvira za dioptrijske naočale, na tržištu se nudi šaroliki niz modela najvećih modnih marki kao što je npr. *Benetton*, koji je lansirao okvir u stilu Harryja Pottera. Naočale tako više nisu samo nužno pomagalo za vid koje zaklanja lice, već i modni dodatak, a s obzirom na razlike u cijeni od proizvođača do proizvođača, i statusni simbol. Odrasli modeli koji reklamiraju naočale ne bi se baš mogli uklopiti u stereotip povučene, fizički neugledne knjižničarke, već su to samosvjesne, fizički izazovne mlade žene koje uz naočale izgledaju još izazovnije, ili su to pak uspješni poslovni muškarci.

Hoće li netko danas nositi naočale ili ne, ne ovisi samo o tome ima li kakvu anomaliju vida, već i želi li nositi naočale ili leće. On uz svoju odluku o nošenju naočala donosi odluku i o tipu okvira, u skladu s tim kakav utjecaj želi polučiti – debeli crni okvir za intelektualni izgled, mačkasti za izazovni, šareni za «otkačeni». Na taj način naočale postaju jedno od sredstava upravljanja dojmovima koje želimo da drugi steknu o nama – sredstvo manipuliranja a ne informacijskog profitiranja – što može imati značajne posljedice na primjer u selekcijskom postupku za neki posao i slično.

## **Cilj, problemi i hipoteze istraživanja**

### *Cilj*

Na temelju navedenog u prethodnom poglavlju, možemo kazati da je stereotip o osobama s naočalama dinamične prirode, u smislu da ga razni utjecaji održavaju ili pak mijenjaju svaki u svom smjeru. Budući da su dostupna nam istraživanja stara više od deset godina, smatrali smo zanimljivim ispitati u kakvom ga danas stanju zatičemo, kako u pogledu sadržaja tako i u pogledu snage.

Stoga je cilj ovog istraživanja ispitati razlikuju li se procjene inteligencije, nekih osobina ličnosti i fizičke privlačnosti iste osobe ovisno o tome nosi li ona naočale ili ne. Nadalje, zanimalo nas je razlikuju li se u navedenim procjenama procjenjivači koji nemaju i koji imaju probleme s vidom (tj. nose ili smatraju da bi trebali nositi neko od pomagala za vid). Osim toga, željeli smo ispitati jesu li osobe koje se smatraju nepodložnima utjecaju stereotipa o osobama s naočalama na socijalno prosuđivanje ljudi doista nepodložne, ili to samo misle. Naime, istraživanja i teorijski okvir Patricije Devine (1989) pružaju nam osnovu da posumnjamo u točnost samoiskaza o podložnosti utjecaju stereotipa.

### *Problemi*

1. Razlikuju li se procjene inteligencije, marljivosti, kritičnosti, pouzdanosti, poštenja, društvenosti, zabavnosti, srdačnosti, konvencionalnosti i fizičke privlačnosti fotografirane osobe ovisno o tome nosi li ona naočale ili ne.
2. Razlikuju li se u procjenama naprijed navedenih osobina fotografirane osobe (sa i bez naočala) procjenjivači koji imaju probleme vida i oni koji ih nemaju.
3. Razlikuju li se u procjenama naprijed navedenih osobina fotografirane osobe (sa i bez naočala) procjenjivači koji smatraju da osobe s naočalama ne procjenjuju u skladu sa stereotipom i oni koji smatraju da to čine.

## *Hipoteze*

1. U skladu s rezultatima ranijih istraživanja, očekujemo da će fotografirane osobe kada nose naočale biti procijenjene kao inteligentnije, marljivije, kritičnije, pouzdanije, poštenije i konvencionalnije, a manje društvene, zabavne, srdačne i fizički privlačne.
2. Očekujemo da će procjenjivači s problemima vida u usporedbi s procjenjivačima bez problema vida procjenjivati fotografirane osobe u situaciji s naočalama kao inteligentnije, marljivije, pouzdanije, poštenije, društvenije, zabavnije, srdačnije, fizički privlačnije, a manje kritične i konvencionalne, tj. općenito pozitivnije, jer će ih percipirati kao članove vlastite skupine.
3. U skladu s modelom kognitivne obrade u dva koraka, pretpostavili smo da će prezentacija fotografije osobe s naočalama automatski aktivirati stereotip, no budući da je zadatak zahtjevan i vremenski ograničen, neće doći do kontrolirane (svjesne) obrade. Stoga ne očekujemo da će se razlikovati procjene procjenjivača koji smatraju da osobe s naočalama ne procjenjuju u skladu sa stereotipom i procjene procjenjivača koji smatraju da to čine.

## Metoda

### *Sudionici*

U istraživanju su sudjelovali studenti I. i II. godine studija psihologije na Filozofskom fakultetu u Zagrebu. Premda su u ispitivanju sudjelovali svi studenti koji su se u danom vremenu našli na nastavi, zbog malog broja studenata muškog spola ( $N = 28$ ) u obradu podataka uzeti su samo odgovori ženskih sudionika ( $N = 164$ ). Od toga su se 3 sudionice izjasnile da poznaju neku od osoba na fotografijama koje su se koristile kao podražajni materijal za stvaranje dojmova, tako da njihovi rezultati nisu ušli u daljnju obradu, kao ni rezultati jedne sudionice koja nije propisno popunila ljestvice za izražavanje dojmova. Stoga su u konačnu obradu podataka ušli rezultati 160 sudionika ženskog spola, čija se dob kretala u rasponu od 18 do 27 godina, s prosječnom vrijednošću  $M = 19,6$ . Sudionici su raspoređeni u 2 eksperimentalne skupine ( $N_1 = 86$ ;  $N_2 = 74$ ).

### *Instrumenti*

#### *fotografije*

U istraživanju su korištene digitalne fotografije studentica Hrvatskih studija (da bi se smanjila vjerojatnost njihovog poznavanja od strane sudionika, studentica na FF-u). Dobrovoljke su zamoljene da pred neutralnom, bijelom pozadinom poziraju opuštenog izraza lica, kao pri fotografiranju za izradu osobnih dokumenata. Sve su osobe prije fotografiranja zamoljene da stave unaprijed pripremljene naočale, a neke su dodatno fotografirane i bez naočala. U istraživanju su korištena dva različita okvira naočala. U konačnici je odabrano 6 fotografija različitih osoba koje će se koristiti u istraživanju – 2 fotografije osoba bez naočala i 4 s naočalama. Od četiri fotografije s naočalama napravljene su dodatne četiri, tako što su s izvornih fotografija kompjutorskim putem



uklonjeni okviri naočala, dobivši četiri para fotografija, identičnih po svemu osim po prisutnosti ili odsutnosti naočala.

Tako je naposljetku nastalo 10 različitih fotografija 6 različitih osoba, na kojima su bili vidljivi glava i početak ramena osobe, kao na fotografijama za osobne dokumente. Od njih su napravljena 2 niza sa po 6 fotografija, svaki niz za jednu eksperimentalnu situaciju, kao što je prikazano u tablici 1.

*Tablica 1.*

Raspored projiciranja fotografija u 2 eksperimentalne situacije.

eksperimentalna situacija	fotografije					
	1	1 -	2 -	3 +	4 -	5 -
2	1 -	2 -	4 +	3 -	6 -	5+

*Legenda:*

- 1 - 6 – fotografije osoba (1 i 2 su kontrolne, a 3, 4, 5 i 6 ciljne osobe)
- + – osoba nosi naočale
- – osoba ne nosi naočale

Prve 2 fotografije (nazvane osoba 1 i 2) bile su jednake u oba niza i služile su za uvježbavanje sudionika, kao dodatna kontrola uvjeta ispitivanja, i kako bi smanjile udio fotografija s naočalama u nizu i na taj način spriječile da sudionici posumnjaju na stvarni cilj istraživanja (te tako postanu svjesni aktivacije stereotipa). Ostale 4 fotografije u oba su niza prikazivale četiri ciljne osobe (3, 4, 5 i 6), s tim da su u prvom nizu osobe 3 i 6 nosile naočale, dok 4 i 5 nisu, a u drugom su nizu osobe 4 i 5 nosile naočale, a 3 i 6 nisu. U prvom su nizu ciljne osobe bile poredane redoslijedom 3, 4, 5, 6, a u drugom redoslijedom 4, 3, 6, 5, kako bi se u oba niza fotografije s naočalama nalazile na 3. i 6. mjestu u nizu. Na taj je način bilo moguće dobiti procjene za istu osobu u situaciji sa i bez naočala od strane dvije nezavisne skupine sudionika.

Fotografije su služile kao podražajni materijal za stvaranje dojmova, a projicirale su se preko LCD projektora.

## *ljestvice za izražavanje dojmova*

Sudionici su procjenjivali fotografirane osobe na 10 ljestvica sa sedam stupnjeva tipa semantičkog diferencijala, s bipolarnim pridjevima na krajevima svake ljestvice. Od Thorntonovog (1943) istraživanja preuzete su dimenzije inteligencija, marljivost, pouzdanost i poštenje, od Hamidovog (1968) konvencionalnost i fizička privlačnost, dok su umjesto Hamidove maštovitosti i sramežljivosti u naše istraživanje uključene zabavnost i suzdržanost. Dodatno smo još dodali društvenost i kritičnost. Na taj smo način dobili sljedeće bipolarne pridjeve: inteligentna/neinteligentna, marljiva/lijena, kritična/nekritična, pouzdana/nepouzdana, poštena/nepoštena, društvena/nedruštvena, zabavna/dosadna, srdačna/suzdržana, konvencionalna/nekonvencionalna, fizički privlačna/fizički neprivlačna. Poredak ljestvica od sudionika do sudionika rotiran je po načelima latinskog kvadrata, uz izuzetak ljestvice za fizičku privlačnost, koja se uvijek nalazila na posljednjem mjestu.

## *pitanja o demografskim podacima i stereotipu o osobama s naočalama*

Prva dva pitanja odnosila su se na dob i spol sudionika. Treće pitanje zahtijevalo je od sudionika da odgovore smatraju li da u društvu postoji stereotip o osobama koje nose dioptrijske naočale. Oni koji su odgovorili da postoji odgovarali su na dodatna tri potpitanja, u sklopu kojih se od njih tražilo da navedu nekoliko pridjeva koji, prema općem stereotipu, karakteriziraju osobe s naočalama, zatim da odgovore smatraju li taj stereotip točnim, te procjenjuju li oni sami osobe s naočalama u skladu sa stereotipom. Treće pitanje odnosilo se na eventualne probleme s vidom sudionika, te na pomagala za vid kojima se služe (vidi upitnik na kraju rada).

## *Postupak*

Podaci su prikupljeni tijekom 2006. godine. U 6. je mjesecu obavljeno ispitivanje na studentima I. i II. godine psihologije, a u 10. mjesecu na novoupisanim studentima I. godine psihologije. Ispitivanje je provedeno grupno za vrijeme nastave, u trajanju od oko 15 minuta.

Sudionicima je eksperimentator podijelio protokole s ljestvicama za izražavanje dojmova. Potom je na glas pročitao uputu koju su sudionici imali i napisanu na prvoj stranici svojih protokola, a u kojoj se sudionike navelo da pomisle kako sudjeluju u istraživanju kojim se ispituje stupanj podudaranja samoprocjena nekih osobina i procjena istih osobina od strane nezavisnih procjenjivača na osnovi fotografija danih osoba.

Budući da su sudionici imali organiziranu nastavu u dvije ili tri skupine, ovisno o kolegiju, unutar iste generacije studenata neki su raspoređeni u prvu a neki u drugu eksperimentalnu skupinu.

Sudionicima je preko LCD projektora projiciran jedan od 2 pripremljena niza fotografija, ovisno kojoj su eksperimentalnoj situaciji bili pridijeljeni (vidi tablicu 1). Fotografije su projicirane jedna po jedna, u trajanju od oko 1 minute, za vrijeme čega su sudionici na osnovi prvog dojma procjenjivali fotografiranu osobu na 10 ljestvica. Nakon procijenjenih svih 6 osoba, sudionicima je podijeljen list s pitanjima o demografskim podacima i stereotipu o osobama s naočalama, kojeg su nakon ispunjavanja spajalicom pričvrstili za svoj protokol.

Naknadno, nakon završetka istraživanja, sudionici su elektronskom poštom obaviješteni o pravom cilju istraživanja, kao i o razlozima zbog kojih im taj cilj nije mogao biti otkriven tijekom testiranja. Uz to, sudionici su obaviješteni o glavnim rezultatima, te pozvani da postave pitanja ako ih nešto dodatno zanima u vezi istraživanja u kojem su sudjelovali.

## Rezultati

Kako bismo odgovorili na prvi problem, to jest razlikuju li se procjene osobina iste fotografirane osobe u situaciji sa i bez naočala, izračunali smo t-test za svih 10 dimenzija i svih 6 procjenjivanih osoba. Dakle, uključene su i procjene za 2 «kontrolne» osobe, koje u obje situacije nisu nosile naočale, jer osim za uvježbavanje procjenjivača služile su i kao kontrola jesu li eventualne razlike u procjenama ciljnih osoba uzrokovane isključivo eksperimentalnom manipulacijom (tj. nosi li osoba naočale ili ne), ili i nekim drugim faktorima kojeg nismo uspjeli kontrolirati. Prema rezultatima testiranja razlika t-testom na svih 10 dimenzija i za obje kontrolne osobe, niti u jednom slučaju nije se pojavila statistički značajna razlika u procjenama dviju skupina sudionika, što znači da eventualne razlike u procjenama ciljnih osoba možemo pripisati isključivo utjecaju nezavisne varijable (naočala).

Što se dakle tiče testiranja razlika u procjenama za četiri ciljne osobe, u tablici 2 navedeni su deskriptivni podaci i rezultati t-testa razlika u dvije eksperimentalne situacije za osobinu inteligencija. Osobe 3, 5 i 6 procijenjene su statistički značajno inteligentnije ( $p < 0,01$ ) kada nose naočale, dok razlika u procjenama za osobu 4 nije statistički značajna. Ovakvi rezultati uglavnom su u skladu s rezultatima ranijih istraživanja.

Nadalje, ponovno u skladu s očekivanjima, sve četiri ciljne osobe procijenjene su statistički značajno marljivije ( $p < 0,01$ ) u situaciji s naočalama (vidi tablicu 3).

Na osobini kritičnost, osobe 3 i 5 procijenjene su kao statistički značajno kritičnije ( $p < 0,01$ ) u situaciji s naočalama, što je u skladu s našom hipotezom, dok se razlika u procjenama za osobe 4 i 6 nije pokazala statistički značajnom (vidi tablicu 4).

Prema rezultatima testiranja razlike za osobinu pouzdanost (vidi tablicu 5), sve ciljne osobe procijenjene su, u skladu s očekivanjima, statistički značajno pouzdanije u situaciji s naočalama (za osobe 3 i 5  $p < 0,01$ ; za osobe 4 i 6  $p < 0,05$ ).

U tablici 6 su procjene za osobinu poštenje. Pronađena je samo jedna statistički značajna razlika ( $t = 2,37$ ;  $p < 0,05$ ), i to u slučaju procjena osobe 3. Smjer razlike u skladu je s očekivanjima.

Na osobini društvenost, osobe 3 i 5 procijenjene su kao statistički značajno manje društvene ( $p < 0,01$ ) u situaciji s naočalama (vidi tablicu 7), što je u skladu s očekivanjima.

Na osobini zabavnost, dvije su osobe, u skladu s hipotezom, procijenjene kao statistički značajno manje zabavne u situaciji s naočalama, i to osoba 3 ( $p < 0,01$ ) i osoba 5 ( $p < 0,05$ ) (vidi tablicu 8).

U tablici 9 prikazani su rezultati testiranja značajnosti razlike procjena za osobinu srdačnost. Na toj je osobini samo osoba 5 procijenjena kao statistički značajno manje srdačna (odnosno više suzdržana) u situaciji s naočalama ( $p < 0,05$ ), što je u skladu s očekivanjima.

Za razliku od srdačnosti, procjena konvencionalnosti pokazala se kao mnogo osjetljivija na utjecaj nošenja naočala (vidi tablicu 10), budući da su sve četiri ciljne osobe procijenjene kao statistički značajno konvencionalnije u situaciji s naočalama (za osobu 4  $p < 0,05$ ; za osobe 3, 5 i 6  $p < 0,01$ ). I taj je nalaz u skladu s očekivanjima.

Posljednja promatrana osobina jest fizička privlačnost. Suprotno rezultatima prijašnjih istraživanja, nije pronađen statistički značajan utjecaj nošenja naočala na procjenu fizičke privlačnosti (vidi tablicu 11).

*Tablica 2.*

Procjene INTELIGENCIJE fotografiranih osoba sa i bez naočala: aritmetičke sredine, standardne devijacije i značajnost razlika.

		eksp. situacija	<i>M</i>	<i>SD</i>	<i>t</i>
kontrolne osobe	1	bez naočala bez naočala	5,2 5,2	0,94 1,09	- 0,16
	2	bez naočala bez naočala	5,3 5,2	1,23 1,31	0,18
ciljne osobe	3	naočale bez naočala	5,5 4,6	1,23 1,27	4,26**
	4	naočale bez naočala	5,2 5,1	1,49 1,13	0,40
	5	naočale bez naočala	5,4 4,6	1,29 1,14	4,13**
	6	naočale bez naočala	5,5 4,9	1,09 1,30	2,80**
	ukupno za ciljne osobe	naočale bez naočala	5,4 4,8		

\*  $p < 0,05$ ; \*\*  $p < 0,01$

Tablica 3.

Procjene MARLJIVOSTI fotografiranih osoba sa i bez naočala: aritmetičke sredine, standardne devijacije i značajnost razlika.

		eksp. situacija	<i>M</i>	<i>SD</i>	<i>t</i>
kontrolne osobe	1	bez naočala bez naočala	4,1 3,9	1,66 1,45	1,05
	2	bez naočala bez naočala	5,1 5,2	1,45 1,55	- 0,14
ciljne osobe	3	naočale bez naočala	5,2 4,0	1,39 1,22	5,86**
	4	naočale bez naočala	5,7 5,0	1,40 1,56	2,96**
	5	naočale bez naočala	5,1 4,1	1,59 1,46	4,41**
	6	naočale bez naočala	5,3 4,7	1,28 1,34	2,93**
ukupno za ciljne osobe		naočale bez naočala	5,3 4,4		

\*  $p < 0,05$ ; \*\*  $p < 0,01$

Tablica 4.

Procjene KRITIČNOSTI fotografiranih osoba sa i bez naočala: aritmetičke sredine, standardne devijacije i značajnost razlika.

		eksp. situacija	<i>M</i>	<i>SD</i>	<i>t</i>
kontrolne osobe	1	bez naočala bez naočala	4,4 4,3	1,450 1,605	0,39
	2	bez naočala bez naočala	4,7 5,0	1,624 1,646	- 0,99
ciljne osobe	3	naočale bez naočala	4,3 3,5	1,361 1,473	3,72**
	4	naočale bez naočala	5,3 5,6	1,591 1,251	- 0,92
	5	naočale bez naočala	4,6 3,8	1,686 1,522	3,13**
	6	naočale bez naočala	4,6 4,2	1,512 1,392	1,61
ukupno za ciljne osobe		naočale bez naočala	4,7 4,3		

\*  $p < 0,05$ ; \*\*  $p < 0,01$

Tablica 5.

Procjene POUZDANOSTI fotografiranih osoba sa i bez naočala: aritmetičke sredine, standardne devijacije i značajnost razlika.

		eksp. situacija	<i>M</i>	<i>SD</i>	<i>t</i>
kontrolne osobe	1	bez naočala bez naočala	4,3 4,2	1,40 1,39	0,66
	2	bez naočala bez naočala	4,9 5,3	1,37 1,30	0,66
ciljne osobe	3	naočale bez naočala	5,4 4,0	1,14 1,43	6,98**
	4	naočale bez naočala	5,5 5,1	1,41 1,33	1,95*
	5	naočale bez naočala	5,6 4,0	5,86 1,31	2,44**
	6	naočale bez naočala	5,2 4,7	1,38 1,40	2,07*
ukupno za ciljne osobe		naočale bez naočala	5,4 4,5		

\*  $p < 0,05$ ; \*\*  $p < 0,01$

Tablica 6.

Procjene POŠTENJA fotografiranih osoba sa i bez naočala: aritmetičke sredine, standardne devijacije i značajnost razlika.

		eksp. situacija	<i>M</i>	<i>SD</i>	<i>t</i>
kontrolne osobe	1	bez naočala bez naočala	4,9 4,6	1,21 1,31	1,19
	2	bez naočala bez naočala	4,7 5,0	1,24 1,32	-1,43
ciljne osobe	3	naočale bez naočala	5,1 4,7	1,15 1,20	2,35*
	4	naočale bez naočala	5,1 4,8	1,39 1,25	1,44
	5	naočale bez naočala	4,6 4,5	1,35 1,14	0,24
	6	naočale bez naočala	5,0 4,7	1,09 1,17	1,57
ukupno za ciljne osobe		naočale bez naočala	4,9 4,7		

\*  $p < 0,05$ ; \*\*  $p < 0,01$

Tablica 7.

Procjene DRUŠTVENOSTI fotografiranih osoba sa i bez naočala: aritmetičke sredine, standardne devijacije i značajnost razlika.

		eksp. situacija	<i>M</i>	<i>SD</i>	<i>t</i>
kontrolne osobe	1	bez naočala bez naočala	5,7 5,5	1,22 1,42	0,71
	2	bez naočala bez naočala	4,2 4,0	1,43 1,58	0,67
ciljne osobe	3	naočale bez naočala	5,8 6,3	1,12 0,78	-3,62**
	4	naočale bez naočala	3,3 3,1	1,57 1,36	0,73
	5	naočale bez naočala	4,6 5,3	1,24 1,17	-3,78**
	6	naočale bez naočala	5,0 5,3	1,37 1,06	-1,66
ukupno za ciljne osobe		naočale bez naočala	4,7 5,0		

\*  $p < 0,05$ ; \*\*  $p < 0,01$

Tablica 8.

Procjene ZABAVNOSTI fotografiranih osoba sa i bez naočala: aritmetičke sredine, standardne devijacije i značajnost razlika.

		eksp. situacija	<i>M</i>	<i>SD</i>	<i>t</i>
kontrolne osobe	1	bez naočala bez naočala	4,9 5,03	1,35 1,38	- 0,662
	2	bez naočala bez naočala	3,86 3,50	1,30 1,36	1,711
ciljne osobe	3	naočale bez naočala	5,10 5,72	1,43 1,00	- 3,084**
	4	naočale bez naočala	2,90 3,01	1,41 1,20	- 0,515
	5	naočale bez naočala	4,01 4,48	1,47 1,54	- 1,934*
	6	naočale bez naočala	4,53 4,72	1,35 1,38	- 0,838
ukupno za ciljne osobe		naočale bez naočala	4,14 4,48		

\*  $p < 0,05$ ; \*\*  $p < 0,01$



Tablica 9.

Procjene SRDAČNOSTI fotografiranih osoba sa i bez naočala: aritmetičke sredine, standardne devijacije i značajnost razlika.

		eksp. situacija	M	SD	t
kontrolne osobe	1	bez naočala bez naočala	4,3 4,4	1,67 1,55	-0,64
	2	bez naočala bez naočala	3,6 3,5	1,51 1,79	0,73
ciljne osobe	3	naočale bez naočala	5,6 5,8	1,28 1,00	-1,04
	4	naočale bez naočala	3,4 3,0	1,8 1,5	1,76
	5	naočale bez naočala	4,0 4,6	1,6 1,5	-2,15*
	6	naočale bez naočala	4,7 4,9	1,5 1,4	-0,82
ukupno za ciljne osobe		naočale bez naočala	4,5 4,6		

\*  $p < 0,05$ ; \*\*  $p < 0,01$

Tablica 10.

Procjene KONVENCIONALNOSTI fotografiranih osoba sa i bez naočala: aritmetičke sredine, standardne devijacije i značajnost razlika.

		eksp. situacija	M	SD	t
kontrolne osobe	1	bez naočala bez naočala	3,5 3,4	1,57 1,45	0,14
	2	bez naočala bez naočala	4,5 4,6	1,48 1,52	-0,26
ciljne osobe	3	naočale bez naočala	4,5 3,5	1,35 1,47	4,30**
	4	naočale bez naočala	5,8 5,3	1,32 1,51	2,29*
	5	naočale bez naočala	4,6 4,0	1,59 1,52	2,45**
	6	naočale bez naočala	4,5 4,0	1,42 1,39	2,37**
ukupno za ciljne osobe		naočale bez naočala	4,8 4,2		

\*  $p < 0,05$ ; \*\*  $p < 0,01$

Tablica 11.

Procjene FIZIČKE PRIVLAČNOSTI fotografiranih osoba sa i bez naočala: aritmetičke sredine, standardne devijacije i značajnost razlika.

		eksp. situacija	M	SD	t
kontrolne osobe	1	bez naočala bez naočala	4,4 4,4	1,523 1,311	0,27
	2	bez naočala bez naočala	3,6 3,7	1,488 1,405	- 0,26
ciljne osobe	3	naočale bez naočala	5,3 5,4	1,162 1,217	- 0,95
	4	naočale bez naočala	2,7 2,9	1,252 1,162	- 0,91
	5	naočale bez naočala	4,2 4,4	1,397 1,514	- 0,92
	6	naočale bez naočala	3,9 3,7	1,377 1,293	1,09
ukupno za ciljne osobe		naočale bez naočala	4,0 4,1		

\*  $p < 0,05$ ; \*\*  $p < 0,01$

Razlike u procjenama osobina fotografiranih osoba u situaciji sa i bez naočala na indirektan nam način govore o sadržaju danog stereotipa. Kao dodatna mjera sadržaja stereotipa poslužili su nam i odgovori sudionika na zadatak da navedu nekoliko pridjeva koji, prema općem stereotipu, karakteriziraju osobe s naočalama. Odgovarali su, naravno, smo oni sudionici koji smatraju da takav stereotip uopće postoji (134 od ukupno 160 sudionika). Najfrekventniji odgovori navedeni su u tablici 12.

Kako bismo stekli potpuniji uvid u stereotip o osobama s naočalama, iskoristili smo i ostale odgovore na pitanja o stereotipu o osobama s naočalama. Ponuđeni odgovori i postotak sudionika koji su se odlučili za pojedini odgovor prikazani su u tablici 13. Sudionici su, na temelju odgovora na pitanja o problemima s vidom, podijeljeni na one koji nemaju i na one koji imaju problema s vidom.

Značajnost razlike u odgovorima sudionika koji nemaju i onih koji imaju problema s vidom provjerena je hi-kvadrat testom. Test je pokazao da nema statistički značajne razlike u odgovorima na pitanje postoji li u društvu stereotip o osobama koje nose dioptrijske naočale ( $\chi^2 = 0,859$ ,  $df = 1$ ,  $p > 0,05$ ), kao ni u odgovorima na pitanje procjenjuje li sam sudionik osobe s naočalama u skladu sa stereotipom ( $\chi^2 = 0,664$ ,  $df =$

1,  $p > 0,05$ ). No statistički značajna razlika pronađena je kod odgovora na pitanje smatraju li sudionici da je navedeni stereotip točan ( $\chi^2 = 4,150$ ,  $df = 1$ ,  $p < 0,05$ ). Naime, kao što pokazuje tablica 13, približno dvostruko više sudionika koji imaju problema s vidom, u usporedbi s onima koji nemaju, smatra da je stereotip o osobama s naočalama točan.

*Tablica 12.*

Postoci sudionika koji su određenu osobinu naveli kao dio stereotipa o osobama koje nose naočale.

<b>Osobina osoba s naočalama</b>	<b>Postotak sudionika</b>
inteligentne	66%
štreberi	42%
marljive	40%
dosadne	36%
nedruštvene	24%
načitane	16%
suzdržane	14%
pouzdana	12%
ozbiljne	11%
neprivlačne	6%
<b>N</b>	<b>134</b>

*Tablica 13.*

Postotak sudionika koji su dali određeni odgovor na pitanja o stereotipu o osobama s naočalama.

		<b>Svi sudionici</b>	<b>Sudionici koji IMAJU problema s vidom</b>	<b>Sudionici koji NEMAJU problema s vidom</b>
<b>Stereotip postoji</b>	<b>da</b>	84%	86%	81%
	<b>ne</b>	16%	14%	19%
	<b>N</b>	<b>160</b>	<b>81</b>	<b>79</b>
<b>Stereotip točan</b>	<b>da</b>	22%	29%	14%
	<b>ne</b>	78%	71%	86%
	<b>N</b>	<b>134</b>	<b>70</b>	<b>64</b>
<b>Procjenjivanje u skladu sa stereotipom</b>	<b>da</b>	55%	59%	52%
	<b>ne</b>	45%	41%	48%
	<b>N</b>	<b>134</b>	<b>70</b>	<b>64</b>

Kako bismo odgovorili na preostala dva problema istraživanja, to jest razlikuju li procjene sudionika koji i sami imaju probleme vida i onih koji ih nemaju, te onih koji se izjašnjavaju da ne procjenjuju osobe s naočalama u skladu sa stereotipom i onih koji se izjašnjavaju da to čine, proveli smo  $2 \times 2 \times 2$  složenu analizu varijance za svaku osobinu i za svaku ciljnu osobu. S obzirom da smo imali 10 osobina i 4 ciljne osobe, dobili smo ukupno 40 završnih tablica složene analize varijance. Imali smo dakle 3 nezavisne varijable, svaku sa po 2 razine: NAOČALE (fotografirana osoba ih nosi ili ne nosi), VID (procjenjivač ima ili nema problema s vidom), te SAMOPROCJENA (procjenjivač se izjasnio da osobe s naočalama procjenjuje ili ne procjenjuje u skladu sa stereotipom).

U skladu s naprijed postavljenim hipotezama, očekivali smo da će procjenjivači koji i sami imaju probleme vida pozitivnije procjenjivati ciljne osobe u situaciji s naočalama, te da se neće razlikovati procjene sudionika koji se izjašnjavaju da osobe s naočalama ne procjenjuju u skladu sa stereotipom i procjene onih koji se izjašnjavaju da to čine (procjene «nepredrasudnih» i «predrasudnih» procjenjivača). Drugim riječima, zanimale su nas interakcije NAOČALE  $\times$  VID i NAOČALE  $\times$  SAMOPROCJENA.

No statistički značajna interakcija NAOČALA (fotografirane osobe) i VIDA (procjenjivača) pronađena je u samo 3 od mogućih 40 slučajeva, što nam sugerira da su i tri značajne interakcije (jedna na razini značajnosti od 1% i dvije na razini značajnosti od 5%) najvjerojatnije ipak posljedica slučajnog variranja. S obzirom na to, možemo zaključiti da, suprotno našoj hipotezi, nismo pronašli da procjenjivači koji i sami imaju probleme vida i oni koji ih nemaju različito procjenjuju osobe s naočalama.

Što se pak tiče interakcije NAOČALA (fotografirane osobe) i SAMOPROCJENE (procjenjivača), pronađena je samo 1 značajna interakcija (razina značajnosti od 5%) od također mogućih 40, što ponovno upućuje da se radi o slučajnom variranju. Dakle, u skladu s našom hipotezom, nismo pronašli da se u procjenama osoba s naočalama razlikuju «predrasudni» i «nepredrasudni» procjenjivači, što nam govori da su svi podjednako pod utjecajem stereotipa, i oni koji su toga svjesni (ili to priznaju) i oni koji toga nisu svjesni.

U skladu s ovim nalazom odgovori su sudionika koji smatraju da stereotip o osobama s naočalama nije točan, ali također kažu da barem ponekad osobe s naočalama procjenjuju u skladu sa stereotipom, iz čega možemo zaključiti da su svjesni automatskog utjecaja stereotipa na svoje prosudbe. Na taj se način izjasnila gotovo trećina sudionika (vidi tablicu 14).

*Tablica 14.*

Međuodnos odgovora na pitanje o točnosti stereotipa i na pitanje o procjenjivanju u skladu sa stereotipom (prikazan broj sudionika koji su izabrali pojedinu kombinaciju odgovora).

		točnost stereotipa		
		točan	netočan	N
procjenjivanje u skladu sa stereotipom	da	23	51	74
	ne	6	54	60
	N	29	105	134

## Rasprava

Pogledamo li sveukupno rezultate navedene u okviru prvog problema, možemo zaključiti da utjecaj naočala na procjenu osoba koje ih nose postoji, premda taj utjecaj nije zabilježen kod svih osoba. U slučaju svih osobina osim fizičke privlačnosti pronađena je statistički značajna razlika barem kod jedne ciljne osobe. Upravo to kod koliko je osoba pronađena razlika može nam služiti kao pokazatelj veličine utjecaja naočala na procjenu dane osobine. Tako smo vidjeli da su u situaciji s naočalima sve četiri ciljne osobe procijenjene kao marljivije, pouzdanije i konvencionalnije, dok je kod tri ciljne osobe zabilježen utjecaj na procjenu inteligencije. Po dvije su procijenjene kao kritičnije, manje društvene i manje zabavne, a po jedna kao poštenija i manje srdačna u situaciji s naočalima. Takvi su rezultati uglavnom u skladu s rezultatima prijašnjih istraživanja, barem što se tiče postojanja značajnih razlika i njihovog smjera. A što se tiče razlika koje se nisu pokazale statistički značajnima, to ne mora govoriti o slabljenju snage stereotipa kroz vrijeme, budući da ni Thornton (1943) nije za sve ciljne osobe na svim

osobinama dobio statistički značajne razlike. Čak štoviše, u Thorntonovom eksperimentu niti smjerovi značajnih razlika za određenu osobinu nisu bili jednaki kod svih procjenjivanih osoba. Stoga on zaključuje da utjecaj naočala može varirati kako po veličini tako i po smjeru kod različitih osoba, te da nije jasno jesu li te varijacije rezultat individualnih razlika u ukupnom obrascu koji se postiže primjenom eksperimentalne varijable (to jest naočala) na određenu osobu, ili se mogu pripisati eksperimentalnim pogreškama. Thornton (1943) pretpostavlja da su u igri obje skupine faktora.

Zahvaljujući današnjoj mogućnosti digitalnog snimanja i obrade fotografija, te na taj način dobivanja dviju fotografija identičnih po svemu osim po eksperimentalnoj varijabli, mi smo u ovom eksperimentu imali puno veći stupanj kontrole nego Thornton, koji je bio svjestan različitih izraza lica na dvije odvojeno snimljene fotografije kao mogućeg izvora pogreške. Izbjegavši tu skupinu faktora pogreške, naše je istraživanje pokazalo da kod nekih ciljnih osoba može izostati utjecaj naočala (kao i u Thorntonovom istraživanju), ali kada se javi, on je istoga smjera.

Osim da nošenje naočala ne djeluje jednako snažno na procjenu svih stereotipnih osobina, naše je istraživanje pokazalo i da utjecaj naočala kod nekih osoba više a kod nekih manje dolazi do izražaja. Izuzmemo li fizičku privlačnost, za čiju procjenu niti kod jedne osobe nije pronađena značajna razlika, osoba 3 procijenjena je značajno drukčije u situaciji s naočalama na 8 od 9 osobina, dok je osoba 4 procijenjena značajno drukčije samo na 3 osobine. Za takve je razlike vjerojatno odgovoran i ukupni obrazac kojeg spominje Thornton, a nastaje međudjelovanjem okvira naočala i izgleda ciljne osobe. Prema Kaiser (1985), znakovi koje nam pruža fizički izgled međusobno su povezani, a vizualne impresije o drugima po svojoj su prirodi holističke. Također, u skladu s *Gestalt* psihologijom, globalna slika snažnija je od zbroja svojih individualnih dijelova. Stoga hoće li doći do utjecaja naočala na procjenu određene osobe i određene osobine ne ovisi samo o prisutnosti naočala već i o sveukupnoj slici čiji su naočale tek dio. Jednostavnije rečeno, jednake naočale ne stoje svima jednako, ne izazivaju isti dojam, premda ipak možemo govoriti o postojanju općeg trenda i na temelju njega ipak stvarati predviđanja.

Što se tiče fizičke privlačnosti, kao što smo već spomenuli, niti jedna razlika nije se pokazala statistički značajnom, što je u suprotnosti s ranijim istraživanjima. Osim ako se ne radi o međukulturnim razlikama, budući da ne raspoložemo ranijim istraživanjima na hrvatskoj populaciji, ovakvi podaci ukazuju na to da je vremenom ipak došlo do promjene. Ona je vjerojatno posljedica objektivno ljepše oblikovanih okvira za naočale koji više ne zaklanjaju lice već ga često i ističu, pa i uljepšavaju, a dijelom i promjene

našeg subjektivnog stava prema licima s naočalama u smjeru većeg sviđanja, što uvelike može biti posljedica već spomenutih reklamnih kampanja za moderne okvire dioptrijskih naočala.

S navedenim rezultatima uglavnom se poklapaju i slobodni odgovori sudionika o sadržaju promatranog stereotipa (vidi tablicu 12). Moglo bi se kazati da dani stereotip, s obzirom na svoj sadržaj, ima pozitivnu (intelektualnost) i negativnu (nedruštvenost) stranu. Otuda vjerojatno i visok postotak sudionika (42%) koji su naveli «štreber» kao sastavni dio stereotipa o osobama s naočalama, budući da taj naziv u sebi objedinjuje visoku intelektualnost i nisku društvenost. Niski postotak sudionika (6%) koji su naveli *fizičku neprivlačnost* kao (prema stereotipu) karakterističnu za osobe s naočalama također je u skladu s podacima dobivenima na osnovi procjena, gdje se niti jedna razlika nije pokazala statistički značajnom.

Na pitanje o postojanju stereotipa, velika većina sudionika suglasna je da stereotip postoji (84%). No premda od onih koji su odgovorili potvrdno samo 22% sudionika smatra da je stereotip točan (ili djelomice točan), čak 55% sudionika smatra da su pri procjenjivanju osoba s naočalama ipak podložni utjecaju stereotipa. Ali zanimljivo postaje kada pogledamo odgovore sudionika po kategorijama – da je stereotip (djelomično) točan smatra (sudeći prema hi-kvadrat testu) statistički značajno više sudionika koji imaju problema s vidom nego onih koji nemaju problema. Tumačenje ovakvog rezultata može biti trojako – ili su pripadnici stereotipizirane skupine (prvenstveno sudionici s naočalama, ali indirektno i oni s lećama, budući da su vjerojatno nekada nosili i naočale, ili se barem bavili tom mišlju) bolje upoznati s osobinama vlastite skupine, te opravdano zaključuju o (barem djelomičnoj) točnosti prevladavajućeg stereotipa, ili se sudionici koji nemaju problema s vidom žele u svojim odgovorima pokazati u ljepšem svjetlu, kao borci protiv svih stereotipa, pogotovo onih koji se odnose na pripadnike drugih skupina, ili se, što je ujedno i najvjerojatnije, kod sudionika s problemima vida javio *efekt reflektora*, tj. sklonost precjenjivanja stupnja u kojem su naši postupci i izgled uočljivi drugima (prema Aronson, Wilson i Akert, 2005).

U pogledu odgovora na naš drugi i treći problem, analiza varijance pokazala je da se sudionici sa i bez problema vida ne razlikuju po svojim procjenama fotografiranih osoba s naočalama, ali da se također ne razlikuju niti sudionici koji se smatraju «predrasudnima» (podložnima utjecaju stereotipa) i oni koji se smatraju

«nepredrasudnima» (nepodložnima utjecaju stereotipa). Što se tiče sudionika sa i bez problema vida, eventualno se može ostaviti mogućnost pojavljivanja razlike kada bi se populacija sudionika s problemima vida ograničila na samo one koji nose naočale, što u našem istraživanju nije bilo moguće zbog premalenog broja sudionika. A što se tiče podložnih i nepodložnih utjecaju stereotipa, navedeni nalaz, dakako, ide u prilog Devineinom (1989) modelu kognitivne obrade od dva koraka, i u skladu je s rezultatima njenih istraživanja. Nesvjesni (nekontrolirani) utjecaj stereotipa o osobama s naočalama na naše prosudbe samo je jedan od primjera vjerojatno brojnih sličnih procesa koji su izvan naše izravne moći upravljanja, a koji mogu imati dalekosežne posljedice, od pogrešnih prvih dojmova do pogrešnih konačnih odluka.

### *Praktične implikacije i ograničenja istraživanja*

Ovim se istraživanjem pokazalo da se osobe s naočalama procjenjuju u skladu sa stereotipom bez obzira jesu li procjenjivači svjesni tog utjecaja ili ne. Naravno, ako ga nismo svjesni, tim gore, jer se tada teže obraniti od stereotipnog prosuđivanja.

Istraživanje je ispitivalo prve dojmove, u situaciji kada nam je dostupna samo slika osobe u trajanju od oko 1 min., dakle uz vrlo ograničeno vrijeme s obzirom na prilično zahtjevan zadatak i u informacijski siromašnoj podražajnoj situaciji (samo fotografija osobe s neutralnim izrazom lica), te o sigurnom postojanju utjecaja naočala možemo govoriti samo pod tim specifičnim okolnostima, premda je za očekivati da i u realnim životnim situacijama dolazi do sličnog utjecaja, barem kada je riječ o stvaranju prvih dojmova. A kako navodi Pennington (1996), upravo su prvi dojmovi često vrlo važni, primjerice pri intervjuima, koji su obično neizostavan dio selekcijskih postupaka za odabir kadrova. S obzirom na rezultate ovog i sličnih istraživanja, zaposlenici kadrovskih službi trebali bi biti svjesni da njihove prosudbe mogu biti pod utjecajem stereotipa, a zbog kojeg određeni kandidat može biti primljen (a drugi odbijen) na osnovi irelevantnih znakova kao što su, u ovom slučaju, dioptrijske naočale.

U našem istraživanju nismo promatrali eventualnu razliku u procjenama ovisno o spolu, kako procjenjivanih osoba tako i procjenjivača. S jedne strane, zbog premalog broja muških sudionika, a s druge, jer bi uključivanje fotografija osoba muškog spola



iziskivalo dvostruko dulje vrijeme za ispitivanje, što bi dovelo do problema pada motivacije i koncentracije sudionika. Kao jedna od mogućnosti za prebrođivanje ovog problema nameće se odabiranje dvije ciljne osobe ženskog i dvije muškog spola, no budući da je u našem istraživanju utjecaj stereotipa na procjenjivanje nekih osobina zamijećen samo kod jedne od četiri ciljne osobe, moguće je da bi taj utjecaj ostao nezapažen u slučaju manjeg broja ciljnih osoba istog spola. Stoga radije predlažemo novo istraživanje s fotografiranim osobama muškog spola, kao i sa sudionicima oba spola. A da za takav prijedlog ima osnove, govore na primjer podaci dobiveni na američkoj populaciji, prema kojima je kod procjenjivanja ciljnih osoba muškog spola izrazitiji pozitivni utjecaj naočala, dok je kod žena izrazitiji negativni utjecaj naočala (Terry i Hall, 1989; prema Terry i Stockton, 1993).

Nadalje, budući da se stereotipi velikim dijelom prenose kulturom, za očekivati je da u sadržaju i izraženosti stereotipa o osobama s naočalama postoje međukulturalne razlike, što bi dodatno trebalo ispitati.

Osim toga, za pretpostaviti je da su rezultati istraživanja sličnih ovome pod utjecajem populacije kojoj pripadaju procjenjivači, a tako i ciljne osobe. Vrlo je vjerojatno da bi utjecaj naočala bio bitno ublažen ili barem modificiran kod npr. procjenjivanja osoba starije životne dobi, kod kojih se naočale vežu uz starost a ne uz ličnost, odnosno knjiško/štrebersko ponašanje. Što se tiče procjenjivača, moguće je da bi se razlikovale procjene procjenjivača različitog spola, dobi, stupnja obrazovanja i zanimanja. Naše je istraživanje provedeno na studentskoj populaciji, koja ne samo da vjerojatno ima veću učestalost poremećaja vida u usporedbi s ukupnom populacijom, nego i manju odbojnost prema nošenju naočala, budući da mnogi studenti, pogotovo studenti Filozofskog fakulteta, njeguju imidž intelektualca, a naočale su gotovo neizostavni dio takvog imidža. Stoga treba biti oprezan pri generaliziranju rezultata dobivenih ovim istraživanjem na populacije koje ne pripadaju studentskoj.

## Zaključak

Ovim istraživanjem, provedenim na 160 sudionika, studentica psihologije, ispitivali smo utjecaj stereotipa na procjenu inteligencije, osobina ličnosti i fizičke privlačnosti, kao i razliku u procjenama osobina fotografiranih osoba procjenjivača koji imaju i onih koji nemaju probleme vida, te onih koji se smatraju «predrasudnima» i onih koji se ne smatraju «predrasudnima» u procjenjivanju osoba s naočalama. Istraživanjem smo došli do sljedećih zaključaka:

1. U skladu s hipotezom, osobe s naočalama uglavnom se procjenjuju kao inteligentnije, marljivije, kritičnije, pouzdanije, poštenije, konvencionalnije, te manje društvene, zabavne i srdačne. Suprotno prijašnjim istraživanjima i našoj hipotezi, nije pronađen značajan utjecaj naočala na procjenu fizičke privlačnosti. To svjedoči o današnjoj boljoj prihvaćenosti, odnosno većem sviđanju osoba koje nose naočale.
2. Istraživanje nije potvrdilo pretpostavku da će procjenjivači koji i sami imaju probleme vida procjenjivati osobe s naočalama pozitivnije nego procjenjivači koji nemaju probleme vida. Naime, među skupinama nije pronađena razlika.
3. Nismo pronašli značajno razlikovanje procjena osobina fotografiranih osoba između procjenjivača koji smatraju da nisu podložni utjecaju stereotipa i onih koji smatraju da to jesu, što potvrđuje hipotezu o automatskom djelovanju stereotipa na socijalne prosudbe.

## Literatura

- Argyle, M. & McHenry, R. (1971). Do spectacles really affect judgements of intelligence? *British Journal of Social and Clinical Psychology*, 10(1), 27-29.
- Aronson, E., Wilson, T. D. & Akert, R. M. (2005). *Socijalna psihologija*. Zagreb: Mate.
- Bartolini, T., Kresger, J., McLennan, M. & Windham, B. (1988). Perception of personal characteristics of men and women under three conditions of eyewear. *Perceptual and Motor Skills*, 67(3), 779-782.
- Borkenau, P. (1991). Evidence of a correlation between wearing glasses and personality. *Personality and Individual Differences*, 12(11), 1125-1128.
- Devine, P. G. (1989). Stereotypes and prejudice: Their automatic and controlled components. *Journal of Personality and Social Psychology*, 56(1), 5-18.
- Hilton, J. L. & von Hippel, W. (1996). Stereotypes. *Annual Review of Psychology*, 47, 237-271.
- Kaiser, S. B. (1985). *The social psychology of clothing and personal adornment*. New York: Macmillan Publishing Company.
- Kunda, Z. (2002). *Social cognition: Making sense of people*. Cambridge: The MIT Press.
- Leyens, J.-P. & Dardenne, B. (2003). Temeljni koncepti i pristupi u području socijalne kognicije. U Hewstone, M. & Stroebe, W. (Ur.). *Uvod u socijalnu psihologiju: europske perspektive* (str. 99-122). Jastrebarsko: Naklada Slap.
- Lundberg, J. K. & Sheehan, E. P. (1994). The effects of glasses and weight on perceptions of attractiveness and intelligence. *Journal of Social Behavior & Personality*, 9(4), 753-760.
- Macrae, C. N., Stangor, C. & Hewstone, M. (1996). *Stereotypes and Stereotyping*. New York: The Guilford Press.
- Manstead, A. S. R. & Hewstone, M. (1995). *The Blackwell encyclopedia of social psychology*. Oxford: Blackwell Publishers.
- Manz, W. & Lueck, H. E. (1968). Influence of wearing glasses on personality ratings: Crosscultural validation of an old experiment. *Perceptual and Motor Skills*, 27(3), 704.
- Pennington, D. C. (1996). *Osnove socijalne psihologije*. Jastrebarsko: Naklada Slap.
- Petz, B. (1997). *Osnovne statističke metode za nematematičare*. Jastrebarsko: Naklada Slap.

- Rijavec, M. & Miljković, D. (1999). *Kako izbjeći pogreške u procjenjivanju ljudi*. Zagreb: IEP.
- Rot, N., Ur. (1983). *Osnovi socijalne psihologije*. Beograd: Zavod za udžbenike i nastavna sredstva.
- Terry, R. L. & Kroger, D. L. (1976). Effects of eye correctives on ratings of attractiveness. *Perceptual and Motor Skills*, 42(2), 562.
- Terry, R. L. & Macy, R. J. (1991). Children's social judgements of other children who wear eyeglasses. *Journal of Social Behavior & Personality*, 6(4), 965-974.
- Terry, R. L. & Stockton, L. A. (1993). Eyeglasses and children's schemata. *The Journal of Social Psychology*, 133 (4), 425-438.
- Thornton, G. R. (1943). The effect upon judgments of personality traits of varying a single factor in a photograph. *The Journal of Social Psychology*, 18, 127-148.

## UPITNIK

1. Dob \_\_\_\_\_

2. Spol M / Ž

3. Smatrate li da u društvu postoji stereotip o osobama koje nose dioptrijske naočale?

DA NE

➤ Ako DA:

a) Navedite nekoliko pridjeva koji, prema stereotipu, karakteriziraju osobe s naočalama.

1. \_\_\_\_\_

2. \_\_\_\_\_

3. \_\_\_\_\_

4. \_\_\_\_\_

5. \_\_\_\_\_

b) Smatrate li da je taj stereotip točan?

DA

NE

DONEKLE

c) Procjenjujete li i Vi osobe s naočalama u skladu s tim stereotipom?

DA

NE

PONEKAD

4. Imate li problema s vidom?

DA

NE

➤ Ako DA:

a) nosim naočale

b) nosim leće

c) primjećujem da slabije vidim, ali nikako da odem na pregled