

JOANNA LEWCZUK

Uniwersytet Warszawski
Wydział Psychologii
00-183 Warszawa, ul. Stawki 5/7
e-mail: jlewczuk@poczta.fm

ORIENTACJE SPOŁECZNE A OCENIANIE CECH PARTNERA INTERAKCJI ZALEŻNIE OD JEGO MIMICZNEJ EKSPRESJI EMOCJONALNEJ

Abstrakt. Artykuł dotyczy wpływu orientacji społecznych na związek między generowanymi na temat obcej osoby ocenami a prezentowaną przez nią na twarzy emocją.

Badanie reprezentatywne typu *omnibus* przeprowadzono w schemacie eksperymentalnym za pośrednictwem internetu ($N = 972$). Wykorzystywane narzędzia to: zmodyfikowana wersja Metody Kołowej Liebranda (Liebrand, 1984) do pomiaru orientacji społecznych, zdjęcia ekspresji mimicznych (radość, złość, neutralna) do manipulacji eksperymentalnej, skala do oceny postrzegania prezentowanych na zdjęciach osób.

Zgodnie z przewidywaniami wykazano, iż wpływ rodzaju mimicznej ekspresji emocjonalnej nadawcy komunikatu na rodzaj generowanego sądu o nadawcy zależy od orientacji społecznych obserwatora. Moderujący charakter orientacji zaobserwowano zarówno w przypadku ogólnego wskaźnika orientacji społecznych (stopień nasilenia *orientacji na innych*), jak i w przypadku kategorii orientacji społecznych, ale w odniesieniu do dwóch spośród jedenastu wymiarów cech: „skłonny do współpracy” i „przewidywalny”. Wyniki zdają się wskazywać na orientację altruistyczną jako na wyróżniającą się na tle pozostałych grup w kwestii moderowania związku między obserwowaną emocją a generowaną oceną.

Wskazano na aspekty metodologiczne, które mogły mieć wpływ na uzyskaną strukturę wyników oraz zasugerowano obszary dodatkowych badań, mogących dostarczyć wiedzy niezbędnej do formułowania ostatecznych konkluzji.

Słowa kluczowe: orientacje społeczne, orientacja na siebie/innych, postrzeganie ludzi, Kołowa Metoda Liebranda, mimiczne ekspresje emocjonalne.

1. WPROWADZENIE

Orientacje społeczne to najogólniej preferencje podziału dóbr między siebie a innych (Grzelak, 1982, 2003). Dowiedziono iż są one bardzo ważnym czynnikiem modyfikującym percepcję oraz wartościowanie sytuacji i partnera (Kelley, Stachelski, 1970; Liebrand i in., 1986; Sattler, Kerr, 1991), a także wpływającym na zachowania ludzkie (Kuhlman, Marshello, 1975; McClintock, Liebrand, 1988).

Empiryczne doniesienia wskazują na możliwość kodowania i dekodowania orientacji społecznych na podstawie statycznych zdjęć mimicznych ekspresji emocji (Kuhlman, Carnevale, 1984; Kuhlman i in., 1989; Shelley i in., 2009). Emocje eksponowane na twarzy obcej osoby umożliwiają trafne określenie jej orientacji społecznej, szczególnie jeśli jest to ekspresja radości i złości (Shelley i in., 2009). Badano też możliwość wnioskowania o charakterystykach obcej osoby na podstawie jej niewerbalnych, mimicznych ekspresji emocjonalnych (Grzelak i in., 2009).

Niniejszy artykuł ma na celu przedstawienie wyników badania eksperymentalnego, skupionego wokół pytania badawczego o związek między orientacjami społecznymi a wnioskowaniem z mimicznych ekspresji emocjonalnych. Szczegółowe dociekania dotyczą specyfiki postrzegania cech osób prezentujących na twarzy ekspresje radości i złości. Skupianie się na mimice wynika z faktu, że jest ona uważana, na podstawie licznych badań (m.in. Bahrick i in., 1975; Field i in., 1982; Hirshberg, Svejda, 1990; Johnson i in., 1991; por. też: Biele, 2002; Doliński, 2003; Ohme, 2003), za najważniejszy kanał komunikacji niewerbalnej, funkcjonujący najbardziej autonomicznie i najczęściej sam w sobie wystarczający do trafnego odczytania przekazywanych informacji. Wykorzystanie w badaniach własnych do manipulacji eksperymentalnej ekspresji radości i złości wynika z faktu, iż te modalności emocji uzyskały w badaniach międzykulturowych (Ekman, Friesen, 1971; Ekman i in., 1969; Friedman, 1979) najwyższe wskaźniki trafności rozpoznawania oraz wysokiej trafności w określaniu orientacji społecznej osoby, która prezentuje na twarzy właśnie te dwie modalności emocji (Shelley i in., 2009).

2. DEFINICJA ORIENTACJI SPOŁECZNYCH

Autorzy pierwszych klasyfikacji orientacji społecznych (Messick, McClintock, 1968) wprowadzili początkowo cztery podstawowe motywy (orientacje), dla których uformowała się definicja stałych preferencji co do podziału wyników (dobra) między siebie i partnera. Rozbudowany przez Griesinger i Livingstone (1973) model McClintocka, już z ośmioma orientacjami społecznymi, nadal akcentował stałość preferencji. Owe preferencje mogą przyjąć kształt dążeń do maksymalizacji: zysków własnych (indywidualizm), zysków partnera (altruizm),

własnej przewagi nad partnerem (rywalizacja), łącznych zysków własnych i partnera (kooperacja), strat własnych (masochizm), strat partnera (agresja), łącznych strat własnych i partnera (sadosochizm) lub przewagi strat własnych nad stratami partnera (męczeństwo) (McClintock, 1978, za: Grzelak, 2003).

Kolejne lata zainteresowań tematyką orientacji doprowadziły do postawienia poważnego postulatu teoretycznego, traktującego o interakcyjnej naturze preferencji podziału dóbr. Wskazywano na istnienie szeregu sytuacyjnych czynników wpływających na orientacje (Grzelak, 1982), podkreślając jednocześnie, iż indywidualny wzór orientacji w zróżnicowanych sytuacjach jest stabilny i charakterystyczny dla danej jednostki. Na przykład, jeśli osoba A przejawia mniej zachowań rywalizacyjnych w konfrontacji z partnerem o dużym prestiżu niż w sytuacji, gdy stawia czoła partnerowi o podobnym statusie, ta różnica pojawiać się będzie w każdej sytuacji, gdy osoba A będzie w sytuacji interakcji z partnerami o zróżnicowanym poziomie prestiżu społecznego. Stąd preferencje jednostki są definiowane zarówno przez orientacje (konfigurację orientacji), jak i przez czynniki sytuacyjne (Grzelak, 2003). Część badaczy przychyliła się więc obecnie do definiowania orientacji społecznych jako: stałych wzorców między-sytuacyjnej zmienności preferencji co do podziału dóbr między siebie a innych (Grzelak, 1982, 2003).

Modele orientacji społecznych różnią się liczbą i rodzajem orientacji. Dość często w literaturze przedmiotu spotyka się uzasadniany empirycznie i teoretycznie podział orientacji na *prospołeczne* (*prosocial*) (u van Lange zwane też *kooperacyjnymi*), do których zalicza się orientacje: kooperacyjną, altruistyczną i maksymalną tzn. preferencję do maksymalizacji najniższego wyniku niezależnie od tego, czyim jest ten wynik (Schulz, 1968, za: Grzelak, 2003) oraz *pro-ja* (*proself*) (u van Lange zwane też *egoistycznymi*), reprezentowane przez orientacje indywidualistyczną i rywalizacyjną (van Lange, 2000; por. też: Kelley, Thibaut, 1978; Rutkowska, Szuster, 2008).

3. ORIENTACJE A PERCEPCJA I OCENA INNYCH

Badania dotyczące orientacji społecznych wskazują na ich wyraźny wpływ na przetwarzanie informacji o świecie społecznym i ocenianie partnerów interakcji (Grzelak, 1982, 2003; Kelley, Stahelski, 1970). Zależnie od orientacji społecznych ludzie zwracają uwagę na różne elementy świata społecznego i z nich budują specyficzną ocenę otaczającej rzeczywistości. Wyniki klasycznych badań („hipoteza trójkąta”) pokazują, że osoby rywalizacyjne postrzegają innych także jako rywalizacyjnych, podczas gdy osoby o orientacji kooperacyjnej mają wizję innych ludzi jako bardziej plastycznych: kooperacyjnych lub rywalizacyjnych (Kelley, Stahelski, 1970). Istnieje też przeciwna do powyższej „hipoteza prze-

kątnej”, wskazująca na inklinację egocentryczną (*egocentric bias*), według której każdy spostrzega innych ludzi jako podobnych do siebie (Codol, 1976, za: Grzelak, 2001; Kuhlman, Wimberley, 1976; Liebrand, 1984; Schulz, 1986). Wyniki wspierające „hipotezę przekątnej” wskazują, iż osoby o orientacjach prospołecznych (kooperacja, altruizm) w większym stopniu niż osoby o orientacjach pro-ja (*proself* – indywidualizm, rywalizacja) przypisują innym posiadanie orientacji prospołecznych. Wykazano również związek między orientacjami społecznymi a trafnością sądu o innych (Maki, McClintock, 1983) czy też kryteriami stosowanymi do oceny innych (Liebrand i in., 1986; van Lange, Liebrand, 1989; Sattler, Kerr, 1991; Kopelman i in., 2002).

4. EFEKT WYRAZU EMOCJONALNEGO TWARZY

Sam fakt, a także kierunek wpływu identyfikacji emocji nadawcy na rodzaj generowanego sądu o nadawcy (dla ułatwienia zrozumienia dalszego wywodu autorka nazywa to w niniejszym artykule „efektem wyrazu emocjonalnego twarzy”) jest już w psychologii dobrze udokumentowany i oczywisty. Zidentyfikowanie wyrazu mimicznego, jak każda kategoryzacja, upraszcza i redukuje docierające bodźce oraz wybiórczo ukierunkowuje uwagę, co umożliwia grupowanie i przewidywanie cech dowolnego egzemplarza kategorii. Pozwala też budować spójny system wiedzy ogólnej o innych ludziach, określając oczekiwania dotyczące wzorów typowego zachowania czy możliwych od nich odchyień. Związane z obserwowanym wyrazem mimicznym oczekiwania wpływają zaś na sądy o nadawcy komunikatu (Cantor, Mischel, 1993).

W świetle badań można pokusić się o uogólnienie, iż „efekt wyrazu emocjonalnego twarzy” przybiera następujący kierunek: twarze z emocją pozytywną wywołują pozytywne oceny. Badania pokazują, iż osobom atrakcyjnym, w tym o pozytywnym wyrazie twarzy, generalnie przypisuje się pozytywne cechy (Berscheid, 1985). Przykładowo, osoby o szczęśliwym wyrazie twarzy oceniane są jako godne zaufania (Shelley i in., 2009). Zróżnicowanie ocen względem twarzy z ekspresją pozytywną vs negatywną wykazują także badania przeprowadzone w schemacie ekspozycji podprogowych. Po podprogowej prezentacji twarzy z ekspresją radości pojawiła się tendencja do siadania blisko obrazu twarzy neutralnej, natomiast po podprogowej ekspozycji twarzy wyrażającej wstręt badani siadali daleko od zawieszzonego na ścianie zdjęcia twarzy neutralnej (Pochwatko, referat w Jadwisinie 2002). Również badania własne konsekwentnie wykazały, iż osoba eksponująca na twarzy radość była oceniana pozytywniej na wielu wymiarach (jako bardziej skłonna do współpracy, pomagania, dzielenia po równo, zdolniejsza, mądrzejsza, bardziej kompetentna, przewidywalna, godna zaufania, wywiązująca się z obietnic oraz mniej skłonna do rywalizowania i dbania o własny

interes), niż ta sama osoba z mimiczną ekspresją złości (szereg efektów głównych manipulacji emocją na twarzy).

O ile obserwowany wpływ mimicznego wyrazu emocjonalnego nadawcy na generowane o nim sądy nie jest już niczym odkrywczym – twarze pozytywne wywołują pozytywne oceny – to nurtujące jest pytanie, czy ów „efekt wyrazu emocjonalnego twarzy” zależy od orientacji społecznych. W niniejszym artykule podjęto więc próbę zbadania ewentualnego moderacyjnego charakteru orientacji społecznych w zróżnicowaniu generowanych sądów o innych na bazie obserwowanej mimicznej ekspresji emocjonalnej.

5. WPŁYW ORIENTACJI SPOŁECZNYCH NA „EFEKT WYRAZU EMOCJONALNEGO TWARZY”

Istnieją przynajmniej pośrednie przesłanki, by twierdzić, iż orientacje społeczne mogą wpływać na związek między obserwowaną emocją na twarzy obcej osoby a formułowaniem ocen o nadawcy mimicznego komunikatu. Szczęśliwy wyraz twarzy generalnie odczytywany jest przez ludzi jako wskaźnik orientacji kooperacyjnej (Carnevale, 1977; Frank, 1988; Franki in., 1993; Kuhlman, Carnevale, 1984; Kuhlman i in., 1989), a orientacja kooperacyjna sprzyja obdarzaniu zaufaniem osób prezentujących na twarzy ekspresje pozytywne (Shelley i in., 2009). Być może mimiczna ekspresja pozytywnego stanu emocjonalnego wzbudza u kooperacyjnych obserwatorów – oprócz zaufania i oczekiwania kooperacji – pozytywne oceny także na innych wymiarach. Józef Kozielecki (1975), nawiązując do tradycji badań nad percepcją społeczną i badając oceny dotyczące osób kooperujących i rywalizujących, wskazał, iż zgodnie z koncepcją stereotypów kooperantom przypisywano wiele innych dodatnich cech charakteru, takich jak brak zachłanności czy empatia, zaś nie-kooperantów oceniano jako samolubnych, egocentrycznych, egoistycznych i bez skrupułów. Podobnie badania Shelley i Rives (2009, za: Shelley i in., 2009) zgodnie wskazują na bardziej pozytywne oceny kooperantów niż nie-kooperantów pod względem takich cech, jak: niesamolubny, uczciwy, miły, kooperujący. Z innych badań również wynika, iż osoby o orientacjach prospołecznych wywołują na innych bardziej pozytywne wrażenie (są oceniani jako bardziej moralni, sprawiedliwi i uczciwi), niż osoby o orientacjach pro-ja (Liebrand i in., 1986). Maki, Thorngate i McClintock (1979) wykazali, iż osoby dokonujące wyborów indywidualistycznych i rywalizacyjnych oceniani byli jako bardziej egoistyczni, źli i nieprzyjacielscy, niż osoby przejawiające zachowania altruistyczne i kooperacyjne. W obliczu informacji o tym, że osoby o różnych orientacjach społecznych w sposób odmienny interpretują intencje partnera interakcji, stosując różne kryteria, zwracając uwagę na inne elementy i ostatecznie różniąc się w trafności swoich sądów, warto sprawdzić, czy orien-

tacje społeczne różnicują ocenianie tej samej osoby, eksponującej skrajne wyrazy mimiczne.

Do tej pory nie zbadano wprost, czy ocena osoby uśmiechniętej (najczęściej kojarzonej z tendencją do kooperacji) oraz osoby prezentującej mimiczną ekspresję emocji negatywnej będzie zróżnicowana w zależności od orientacji społecznej obserwatora. Autorka artykułu stawia hipotezę, iż „efekt wyrazu emocjonalnego twarzy” (wpływ rodzaju mimicznej ekspresji emocjonalnej nadawcy na rodzaj generowanego sądu o nadawcy) zależy od orientacji społecznych obserwatora.

6. METODA

6.1. Osoby badane

Badanie zostało przeprowadzone na losowo-adresowej próbie mieszkańców Polski, przy wykorzystaniu specjalnie dla celów badania napisanej aplikacji, umieszczonej na okres trwania eksperymentu na stronie internetowej: www.badanie.ankieta.pl. Z kilkudziesięciu tysięcy osób poinformowanych o możliwości wzięcia udziału w badaniu (z tzw. listy mailingowej), łącznie do badania podeszło ponad 2000 osób, ale kryteria dopuszczające do uwzględnienia w analizach spełniły 972 osoby. Ostatecznie grupa badana liczyła 603 kobiety i 293 mężczyzn (76 braków danych odnośnie płci). Wiek respondentów zawierał się w granicach 10–77 lat, przy średniej wieku 26 lat. W próbie było 136 osób poniżej 18. roku życia.

6.2. Przebieg badania

Badanie miało charakter indywidualny, zostało przeprowadzone za pośrednictwem Internetu i składało się zasadniczo z trzech części. Dwie pierwsze miały na celu określenie orientacji społecznej osoby badanej zależnie od obserwowanej na zdjęciach ekspresji mimicznej obcego mężczyzny (wymagały dokonywania podziału punktów między siebie a mężczyzną widzianego na zdjęciach w sytuacji, kiedy eksponował on na twarzy raz ekspresję neutralną, a innym razem jedną z emocji podstawowych). Trzecia część polegała na ocenianiu na skali osoby ze zdjęć w zależności od prezentowanej przez nią mimicznej ekspresji emocjonalnej.

Badani nie mieli możliwości powrotu do wyświetlania poprzednich ekranów (poza powrotem do instrukcji). Kontrolowano czas rozpoczęcia i zakończenia badania, aby zastosować filtr odrzucający osoby wypełniające ankiety zbyt szybko (poniżej 5 minut – taki czas ledwie wystarcza na mechaniczne zaznaczenie losowo wybranych odpowiedzi) i zbyt wolno (powyżej 40 minut – taki czas niesie ryzyko wystąpienia przerwy między wykonywaniem poszczególnych zadań i tym

samym istotnego zaburzenia efektu manipulacyjnego). Średni czas wykonania zadania to 20–25 minut.

Wszystkim ankietowanym prezentowano w pierwszej części badania (w rotowanej kolejności) zdjęcia tego samego mężczyzny, raz przybierającego neutralny wyraz twarzy, a za drugim razem eksponującego jedną z dwóch emocji podstawowych (radość, złość). Respondenci (w sposób losowy) przyporządkowywani byli więc do jednej z czterech podgrup, różniących się kolejnością ekspozycji mimicznych ekspresji i rodzajem prezentowanej emocji podstawowej:

- pierwsza podgrupa badanych: 1. ekspozycja neutralnego wyrazu twarzy, 2. ekspozycja mimicznej ekspresji radości,
- druga podgrupa badanych: 1. ekspozycja neutralnego wyrazu twarzy, 2. ekspozycja mimicznej ekspresji złości,
- trzecia podgrupa badanych: 1. ekspozycja mimicznej ekspresji radości, 2. ekspozycja neutralnego wyrazu twarzy,
- czwarta podgrupa badanych: 1. ekspozycja mimicznej ekspresji złości, 2. ekspozycja neutralnego wyrazu twarzy.

Ustalono losową przynależność do podgrup, aby na etapie analiz można było założyć, że grupy są jednorodnie pod względem płci, wieku i wszystkich innych potencjalnych zmiennych mogących wpływać na mierzony efekt. Wprowadzenie randomizacji prezentacji zdjęć przyczyniło się też – już na etapie analiz – do zatarcia roli kolejności eksponowania twarzy.

Dla wzmocnienia efektu oddziaływania ekspresji mimicznej na odbiorcę przekazu zarówno ekspozycja neutralnego wyrazu twarzy, jak i konkretnej emocji podstawowej prezentowana była trzykrotnie. Zdjęcia przedstawiające twarz o jednej określonej modalności emocjonalnej różniły się tylko obramowaniem (co niwelowało wrażenie oglądania tego samego, a jednocześnie badania pilotażowe na prezentowanym materiale nie wykazały różnicującego wpływu rodzaju obramowania zdjęcia na odbiór modalności prezentowanej emocji i na postrzeganie osoby ze zdjęcia). Badani oglądali każde zdjęcie przez około 4 sekundy, po uprzedniej instrukcji, aby bez zapamiętywania szczegółów po prostu im się przyjrzeć.

Po obejrzeniu serii trzech zdjęć określono orientacje społeczne respondentów, pozostające pod wpływem obserwowanej ekspresji mimicznej partnera w sytuacji współzależności społecznej.

Następnie badani mieli za zadanie (w ramach przerwy) ocenić na skali atrakcyjności trzech reklam. Wszystkie one miały formę zdjęć produktów, a w treści zawierały napisy reklamujące dany towar lub informujące o określonej akcji. Celowo wybrano reklamy mało znane i nieprzedstawiające ludzkiej twarzy, aby ich treści nie interferowały z ekspresjami mimicznymi, będącymi manipulacją eksperymentalną.

W kolejnej części następowała prezentacja zdjęć twarzy mężczyzny znanego z pierwszej części badania, ale o odpowiednio zmienionej (zależnie od podgrupy) emocjonalnej ekspresji mimicznej. Instrukcja poprzedzająca prezentację

zdjęć oraz czasy ekspozycji były takie same, jak w części pierwszej. Następnie, przy użyciu tego samego narzędzia co w pierwszej części badania (zmodyfikowana Metoda Kołowa Liebranda), dokonywano kolejnego pomiaru orientacji społecznych. Dwukrotny pomiar orientacji społecznych po uprzednim eksponowaniu różnych modalności emocji na twarzy partnera interakcji miał na celu sprawdzenie zaistnienia ewentualnej zmiany orientacji społecznej obserwatora pod wpływem postrzeganej na czyjejs twarzy określonej ekspresji emocjonalnej. Hipotezę taką weryfikowano w związku z licznymi wynikami badań wskazujących na czynniki wywołujące zmianę preferencji społecznych (Abric, Kahan, 1972; Grzelak i in., 1994; Hamburger i in., 1975; Latane, Nida, 1981; Swingle, Santi, 1972) – uzyskane rezultaty nie są jednak przedmiotem tego artykułu.

Trzecia część badania wiązała się ze skierowaniem prośby do respondentów o przypomnienie sobie najpierw zdjęć mężczyzny prezentowanych na samym początku badania i ocenienie go na skali zgodnie z własnym pierwszym wrażeniem, a następnie przypomnienie zdjęć tegoż mężczyzny pokazywanych w drugiej części badania i również odzwierciedlenie swego wrażenia o nim na skali ocen. Aby sprawdzić adekwatność odbioru materiału służącego manipulacji eksperymentalnej, pytano badanych o to, jaki rodzaj mimicznych ekspresji emocjonalnych prezentowany był w obu odsłonach.

6.3. Narzędzia

Badano następujące zmienne:

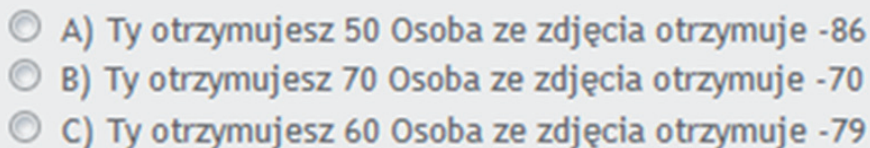
– *zmienne niezależne*: orientacje społeczne; rodzaj eksponowanej ekspresji mimicznej (czynnik wewnątrz- i międzyosobowy),

– *zmienne zależne*: postrzeganie osoby (na wymiarach cech dotyczących kompetencji, przewidywalności, intencji i bycia godnym zaufania) prezentującej na twarzy różne ekspresje.

Metoda pomiaru zmiennej niezależnej: orientacje społeczne

Do pomiaru orientacji społecznych zastosowano zmodyfikowaną przez Kuhlmana (2007) wersję Metody Kołowej Liebranda (*The Ring Measure of Social Values*; Liebrand, 1984), gdzie badani dokonywali 12 wyborów między trzema opcjami (A, B i C), a każda opcja prezentowała określony podział punktów między siebie (Ty) a „Osobę ze zdjęcia” (rys. 1). W instrukcji poproszono badanych o wykonanie serii takich zadań decyzyjnych po uprzednim wyobrażeniu sobie, że te punkty mają dla nich wartość (im więcej ich zgromadzą, tym lepiej), ale również „Osoba ze zdjęcia” przykłada wartość do punktów i czuje, że im więcej ich zgromadzi, tym dla niej lepiej. Poproszono badanych o wskazanie, która opcja (A, B czy C) jest ich zdaniem lepsza z jakichkolwiek powodów. W instrukcji podkre-

ślono, że różni ludzie mają różne zdania na temat tego, który podział jest najlepszy, a celem badania jest poznanie sposobu myślenia badanego w tym obszarze. Dokładny i dość skomplikowany sposób analizy wyników uzyskanych przy użyciu Metody Kołowej przedstawiony jest w artykule autora tej techniki (Liebrand, McClintock, 1988) (rys. 1).

- 
- A) Ty otrzymujesz 50 Osoba ze zdjęcia otrzymuje -86
○ B) Ty otrzymujesz 70 Osoba ze zdjęcia otrzymuje -70
○ C) Ty otrzymujesz 60 Osoba ze zdjęcia otrzymuje -79

Rysunek 1. Przykład jednej z ofert w zmodyfikowanej Metodzie Kołowej, w wersji podziału punktów między siebie i osobę ze zdjęcia

Źródło: materiały D. M. Kuhlmana (2007).

Przy użyciu opisanego narzędzia utworzono dwa rodzaje wskaźników orientacji społecznych:

1) ogólny wskaźnik – nasilenie *orientacji na siebie* i *orientacji na innych*,
2) szczegółowe wskaźniki – *kategorie orientacji społecznych* odpowiadające nasileniu *orientacji na siebie/innych* (zgodnie z modelem orientacji według Griesinger i Levingstone’a, 1973):

- kooperacja – wysokie nasilenie *orientacji na siebie* i wysokie nasilenie *orientacji na innych*,
- indywidualizm – wysokie nasilenie *orientacji na siebie* i niskie nasilenie *orientacji na innych*,
- altruizm – niskie nasilenie *orientacji na siebie* i wysokie nasilenie *orientacji na innych*,
- sadomasochizm – niskie nasilenie *orientacji na siebie* i niskie nasilenie *orientacji na innych*.

Metoda pomiaru zmiennej niezależnej: rodzaj eksponowanej ekspresji mimicznej

W procedurze badawczej zastosowano rodzaj manipulacji, polegającej na zmianie ekspresji emocjonalnej na twarzy osoby, z którą badany pozostaje w sytuacji współzależności społecznej i dzieli ważne dla obu stron punkty. W tym celu posłużono się zdjęciami jednego mężczyzny, prezentującego mimiczną ekspresję złości (manipulacja ujemna (-)), radości (manipulacja dodatnia (+)) i neutralną

(rys. 2). Zdjęcia te wybrano spośród kilkudziesięciu zdjęć twarzy ludzkich (z zestawu niepublikowanych materiałów Kuhlmana, 2007¹), przetestowanych pod względem jednoznaczności prezentowanych ekspresji mimicznych (badania zespołu Kuhlmana, 2006, 2007) i wyselekcjonowanych ze względu na wygląd twarzy typowy dla obywatela Polski (Jakubiec, 2008) oraz na podstawie opinii sędziów kompetentnych.



Rysunek 2. Wykorzystywane w badaniu zdjęcia mężczyzny eksponującego ekspresję złości, radości i neutralną

Źródło: materiały D. M. Kuhlmana (2007).

Metoda pomiaru zmiennej zależnej: postrzeganie osoby prezentującej na twarzy różne ekspresje

W celu określenia postrzegania tej samej osoby w zależności od eksponowanej przez nią na twarzy ekspresji emocjonalnej (efekt wyrazu emocjonalnego twarzy) zredagowano na potrzeby badania skalę do oceny osoby ze zdjęcia. W sumie 11 pytań dotyczyło intencji prezentowanego mężczyzny (np. czy jest skłonny współpracować, pomagać innym, rywalizować, dbać głównie o własny interes, czy można mu zaufać), kompetencji (czy jest zdolny, mądry, kompetentny) i jego przewidywalności (czy wywiązuje się ze swoich obietnic, jest przewidywalny). Badani oceniali osobę ze zdjęcia na pięciostopniowej skali, a w ramach sprawdzianu manipulacji określali rodzaj eksponowanej na twarzy emocji.

¹ Materiały uzyskano dzięki uprzejmości profesora University of Delaware D. M. Kuhlmana.

6.4. Hipoteza operacyjna

Hipoteza: wskaźniki postrzegania obcej osoby pozostające pod wpływem ekspozycji przez nią emocji (radość vs złość) na twarzy (efekt wyrazu emocjonalnego twarzy) są zróżnicowane w zależności od nasilenia (*orientacji na siebie/innych*) i/lub kategorii orientacji społecznych.

6.5. Prezentacja wyników

Bodziec manipulacyjny w całej próbie odczytywany był adekwatnie do założeń i tym samym czynił manipulację skuteczną (test Wilcozona; $p < 0,05$).

Weryfikowano hipotezę o wpływie orientacji społecznych na „efekt wyrazu emocjonalnego twarzy” (czyli na zróżnicowanie wskaźników postrzegania obcej osoby w zależności od ekspozycji przez nią emocji na twarzy). Wykonano dwuczynnikowe analizy wariancji, gdzie czynnikami były orientacja społeczna obserwatora \times mimiczna ekspresja obserwowanego (manipulacja emocją radości „+” vs złości „-”), a zmienną zależną – oceny obserwowanego (na jedenastu wymiarach cech). Ocena twarzy neutralnej została użyta wyłącznie jako punkt odniesienia dla oceny twarzy bazowej (z emocją radości vs złości) i policzona jako różnica ocen twarzy bazowej i ocen twarzy neutralnej. To, że każdy respondent widział tylko dwa rodzaje twarzy, tj. tylko jeden rodzaj twarzy bazowej (manipulacja „+” lub manipulacja „-”) powoduje, że efekt manipulacji nie mógł być efektem wewnątrzobiektywnym, lecz zewnątrzobiektywnym.

Początkowo analizowano wpływ ogólnego wskaźnika orientacji społecznych (nasilenia *orientacji na siebie/innych*) na „efekt emocjonalnego wyrazu twarzy”. Nie ujawniono moderującej roli nasilenia *orientacji na siebie* (brak efektów interakcyjnych), ale wykazano wpływ nasilenia *orientacji na innych* na „efekt emocjonalnego wyrazu twarzy” w obrębie trzech wymiarów cech: „skłonny do współpracowania”, „przewidywalny” i „godny zaufania” (trzy efekty interakcyjne: manipulacja emocją \times orientacja na innych).

Skłonny do współpracowania

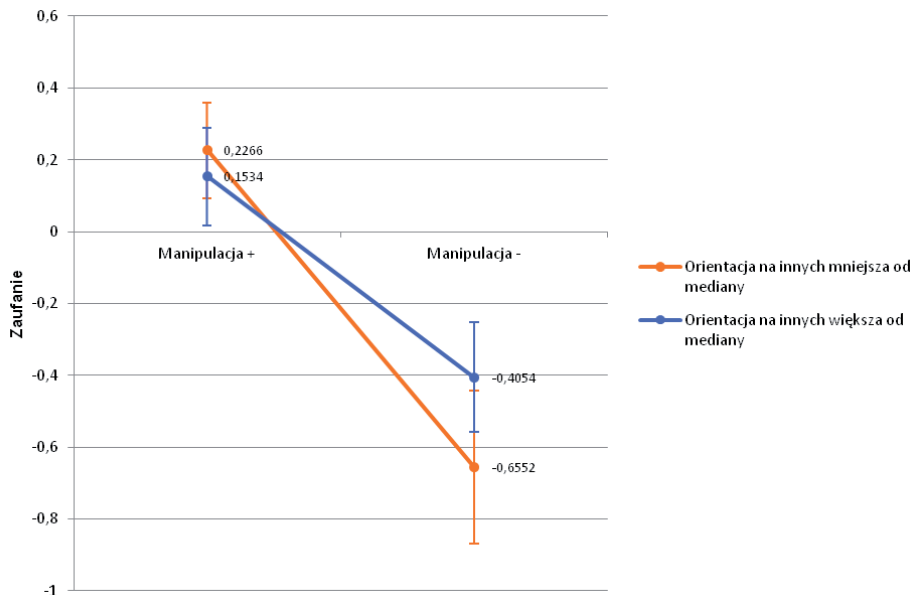
Wykonano dwuczynnikową analizę wariancji zmiennej zależnej „skłonny do współpracowania”. Model jako całość w istotny sposób ($F(1, 968) = 35,937$; $p < 0,001$) wyjaśniał 10,0% ($R^2 = 0,100$) wariancji (po skorygowaniu tego wyniku ze względu na liczbę czynników model nadal wyjaśniał 9,7% ($R^2 = 0,097$) wariancji). Wystąpił efekt główny manipulacji emocją, efekt główny *orientacji na innych* (na poziomie tendencji statystycznej) oraz efekt interakcyjny między tymi dwoma czynnikami (tab. 1).

Tabela 1. Wyniki dwuczynnikowej analizy wariancji zmiennej „skłonny do współpracowania” policzone w całej próbie

Źródło zmienności	Suma kwadratów	df	Wariancja	<i>F</i>	Istotność	η^2
Manipulacja	192,299	1	192,299	103,124	0,000	0,096
Orientacja na innych	5,244	1	5,244	2,812	0,094	0,003
Manipulacja × orientacja na innych	7,362	1	7,362	3,948	0,047	0,004

Źródło: badania własne.

Twarz z manipulacją „+” była oceniana wyżej pod kątem skłonności do współpracowania, niż twarz z manipulacją „-” (efekt główny manipulacji; średnie odpowiednio: 0,2209; -0,7474). Siła tego efektu („efekt wyrazu emocjonalnego twarzy”) w istotny sposób zależała od nasilenia *orientacji na innych*. U osób, u których *orientacja na innych* była niska (niższa od mediany), efekt ten był istotnie większy, niż u osób z wysoką *orientacją na innych* (wyższą od mediany) (rys. 3).



Rysunek 3. Ilustracja efektu interakcji „manipulacja” × „orientacja na innych” we wpływie na zmienną „skłonny do współpracowania”

Źródło: badania własne.

Przewidywalny

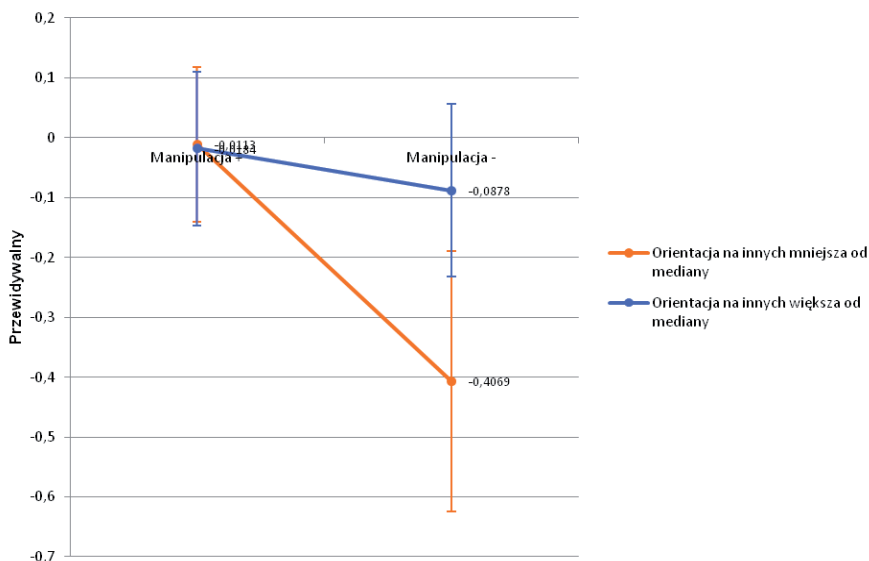
Model dwuczynnikowej analizy wariancji dla zmiennej „przewidywalny” w istotny sposób ($F(1, 968) = 4,373$; $p < 0,01$) wyjaśniał 1,3% ($R^2 = 0,013$) wariancji. Przedstawiony w tej analizie model zawierający wszystkie efekty główne oraz efekt interakcyjny ilustruje tab. 2.

Tabela 2. Wyniki dwuczynnikowej analizy wariancji zmiennej „przewidywalny” policzone w całej próbie

Źródło zmienności	Suma kwadratów	df	Wariancja	F	Istotność	η^2
Manipulacja	11,058	1	11,058	7,890	0,005	0,008
Orientacja na innych	4,978	1	4,978	3,552	0,060	0,004
Manipulacja \times orientacja na innych	5,440	1	5,440	3,881	0,049	0,004

Źródło: badania własne.

Twarz z manipulacją „+” była oceniana wyżej pod kątem cechy „przewidywalny”, niż twarz z manipulacją „-” (efekt główny manipulacji; średnie odpowiednio: $-0,0147$; $-0,2457$). Siła tego efektu („efekt wyrazu emocjonalnego twarzy”) w istotny sposób zależała od nasilenia *orientacji na innych*. U osób, u których *orientacja na innych* była niska (niższa od mediany) efekt ten był istotnie większy, niż u osób z wysoką *orientacją na innych* (wyższą od mediany) (rys. 4).



Rysunek 4. Ilustracja efektu interakcji „manipulacja” \times „orientacja na innych” we wpływie na zmienną „przewidywalny”

Źródło: badania własne.

Zaufanie

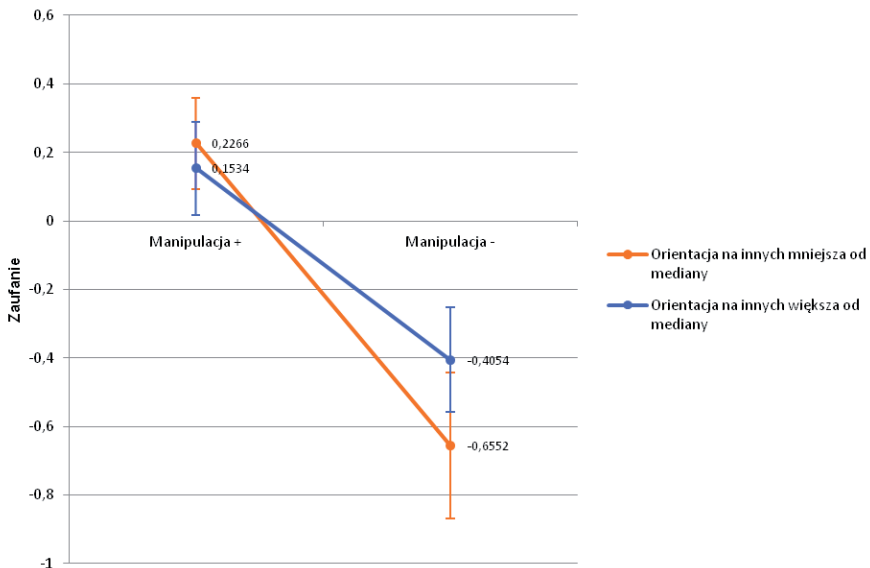
Model analizy wariancji dla zmiennej zależnej „można mu zaufać” w istotny sposób ($F(1, 968) = 24,816; p < 0,001$) wyjaśniał 7,1% ($R^2 = 0,071$) wariancji. Wystąpił efekt główny manipulacji i efekt interakcyjny (tab. 3).

Tabela 3. Wyniki dwuczynnikowej analizy wariancji zmiennej „zaufanie” policzone w całej próbie

Źródło zmienności	Suma kwadratów	df	Wariancja	F	Istotność	η^2
Manipulacja	106,132	1	106,132	70,724	0,000	0,068
Manipulacja \times orientacja na innych	5,336	1	5,336	3,556	0,060	0,004

Źródło: badania własne.

Twarz z manipulacją „+” była oceniana istotnie wyżej na wymiarze „można mu zaufać”, niż twarz z manipulacją „-” (efekt główny manipulacji; średnie odpowiednio: 0,1915; -0,5290). Siła tego efektu („efekt wyrazu emocjonalnego twarzy”) w sposób istotny na poziomie tendencji statystycznej zależała od nasilenia *orientacji na innych*. U osób, u których *orientacja na innych* była niska (niższa od mediany), efekt ten był większy, niż u osób z wysoką *orientacją na innych* (wyższą od mediany) (rys. 5).



Rysunek 5. Ilustracja efektu interakcji „manipulacja” \times „orientacja na innych” we wpływie na zmienną „zaufanie”

Źródło: badania własne.

W kolejnym kroku analiz wyróżniono cztery kategorie orientacji społecznych, odpowiadające nasileniu *orientacji na siebie/innych*: kooperacja, indywidualizm, altruizm, sadomasochizm.

Wyniki wskazały na obecność dwóch istotnych związków interakcji czynników (orientacje szczegółowe \times manipulacja emocją) ze zmiennymi zależnymi „skłonny do współpracowania” i „przewidywalny”.

Skłonny do współpracowania

Dwuczynnikowy model ANOVA wyjaśnił 10,6% ($R^2 = 0,106$) wariacji ($F(1, 964) = 16,376$; $p < 0,001$). Oprócz efektu interakcji wystąpił efekt główny manipulacji (tab. 4).

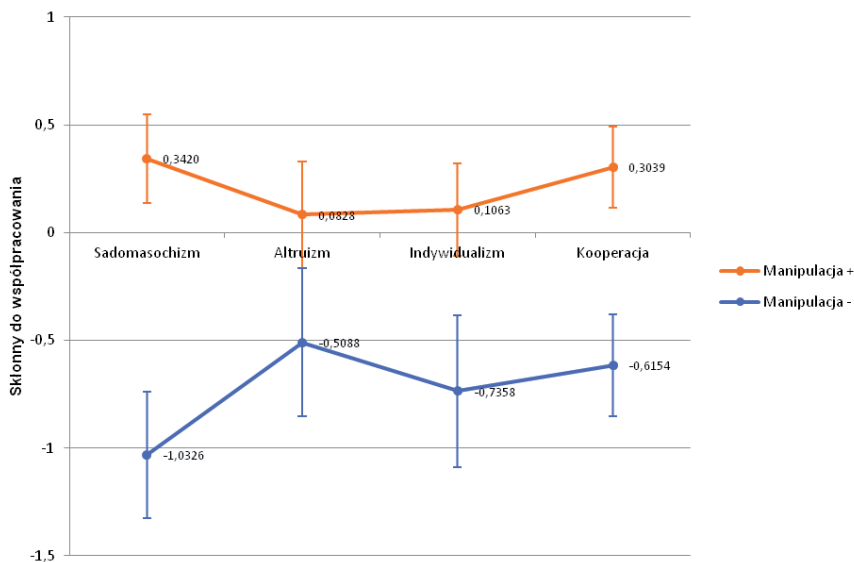
Tabela 4. Wyniki dwuczynnikowej analizy wariacji zmiennej „skłonny do współpracowania” policzone w całej próbie

Źródło zmienności	Suma kwadratów	df	Wariancja	F	Istotność	η^2
Manipulacja	169,184	1	169,184	90,966	0,000	0,086
Orientacja społeczna \times manipulacja	16,854	3	5,618	3,021	0,029	0,009

Źródło: badania własne.

Twarz z manipulacją „+” była oceniana istotnie wyżej na wymiarze „skłonny do współpracowania”, niż twarz z manipulacją „-” (efekt główny manipulacji; średnie odpowiednio: 0,2209; -0,7474). Siła tego efektu („efekt wyrazu emocjonalnego twarzy”) w istotny sposób zależała od kategorii orientacji społecznych. „Efekt wyrazu emocjonalnego twarzy” okazał się istotnie silniejszy w grupie sadomasochistów niż w grupie altruistów (rys. 6).

W celu dopełnienia analiz wykonano jednoczynnikową analizę wariacji z testami *post-hoc*, dokonując wielokrotnych porównań (metodą Tukey HSD) poziomu zmiennej „skłonny do współpracowania” w podziale na cztery grupy orientacji społecznych w obu warunkach manipulacji („+” i „-”). Okazało się, iż w grupie o orientacji sadomasochistycznej, indywidualistycznej i kooperacyjnej obserwacja twarzy uśmiechniętej wywołuje istotnie wyższe oceny na wymiarze „skłonny do współpracowania”, niż obserwacja twarzy z ekspresją złości (istotności odpowiednio: $p = 0,000$; $p = 0,003$; $p = 0,000$). Okazało się też, że orientacja kooperacyjna współwystępuje dodatkowo z wyższymi wskaźnikami pozytywnych ocen w stosunku do osoby prezentującej mimiczną ekspresję radości niż złości, na wymiarach: „skłonny do dzielenia po równo” i „skłonny do pomagania” ($p < 0,05$).



Rysunek 6. Ilustracja efektu interakcji „orientacja społeczna” × „manipulacja” we wpływie na zmienną „skłonny do współpracowania”

Źródło: badania własne.

Przewidywalny

Dwuczynnikowy model ANOVA wskazał na obecność efektu głównego manipulacji emocją oraz efektu interakcji (kategoria orientacji społecznej × manipulacja) we wpływie na zmienną zależną „przewidywalny” (tab. 5).

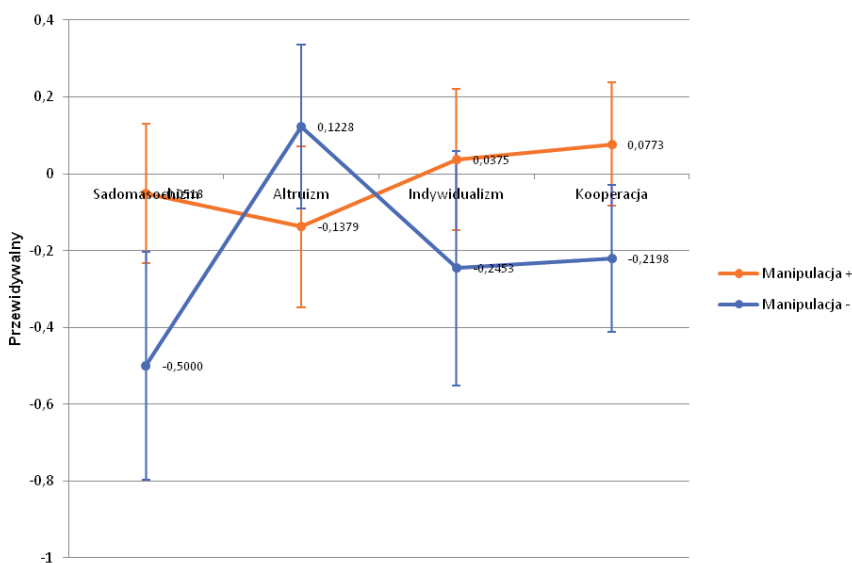
Tabela 5. Wyniki dwuczynnikowej analizy wariancji zmiennej „przewidywalny” policzone w całej próbie

Źródło zmienności	Suma kwadratów	df	Wariancja	F	Istotność	η^2
Model skorygowany	29,111	7	4,159	2,979	0,004	0,021
Manipulacja	7,170	1	7,170	5,135	0,024	0,005
Orientacja społeczna × manipulacja	13,203	3	4,401	3,152	0,024	0,010

Źródło: badania własne.

Twarz z manipulacją „+” była ogólnie oceniana istotnie wyżej pod względem cechy „przewidywalny”, niż twarz z manipulacją „-” (efekt główny manipulacji; średnie odpowiednio: $-0,0147$; $-0,2457$). Siła tego efektu („efekt wyrazu

emocjonalnego twarzy”) w istotny sposób zależała od kategorii orientacji społecznych. Efekt ten okazał się najsilniejszy w grupie sadomasochistów i odwrotny, niż w grupie altruistów (rys. 7). Altruści, odwrotnie niż pozostałe trzy grupy, pod wpływem manipulacji „-” generowali wyższe oceny na wymiarze „przewidywalny”, niż pod wpływem manipulacji „+”.



Rysunek 7. Ilustracja efektu interakcji „orientacja społeczna” × „manipulacja” we wpływie na zmienną „przewidywalny”

Źródło: badania własne.

7. DYSKUSJA WYNIKÓW I IMPLIKACJE DO DAJSZYCH BADAŃ

Celem pracy było sprawdzenie, czy orientacje społeczne są istotnym moderatorem związku oceny na temat partnera interakcji z eksponowaną przez niego ekspresją mimiczną („efekt wyrazu emocjonalnego twarzy”). Wyniki wskazały, iż orientacje społeczne istotnie wpływają na „efekt wyrazu emocjonalnego twarzy”. Wpływ taki zaobserwowano zarówno w przypadku ogólnego wskaźnika orientacji społecznych (stopień nasilenia *orientacji na innych*), jak i w przypadku kategorii orientacji społecznych. Moderujący wpływ orientacji ujawnił się jedynie w odniesieniu do dwóch spośród 11 wymiarów cech: „skłonny do współpracowania” i „przewidywalny”.

Uśmiech na twarzy partnera interakcji, niezależnie od orientacji społecznej obserwatora, wywoływał bardziej pozytywne oceny niż obserwowana ekspresja

złości. Natomiast nasilenie *orientacji na innych* i kategorie orientacji społecznych istotnie różnicowały ten efekt. Ów efekt pozytywnych ocen (na wymiarach „skłonny do współpracowania” i „przewidywalny”) wobec uśmiechniętej twarzy okazał się istotnie słabszy w grupie o wysokiej *orientacji na innych* niż w grupie o niskiej *orientacji na innych*. Podobnie, w zależności od rodzaju kategorii orientacji społecznej ów związek obserwowanej emocji i generowanej oceny miał istotnie różne nasilenie. Największe różnice w sile „efektu wyrazu emocjonalnego twarzy” (czyli w pozytywnym ocenianiu twarzy uśmiechniętej i negatywnym ocenianiu twarzy z ekspresją złości) zaobserwowano między grupami sadomasochistów i altruistów – u tych ostatnich ów efekt zarówno na wymiarze „skłonny do współpracowania”, jak i „przewidywalny” był istotnie słabszy. Zatem badani z wysoką *orientacją na innych*, w tym altruści, skłonni byli pod wpływem manipulacji różnicować swoje oceny w stopniu znacznie mniejszym, niż osoby o niskiej *orientacji na innych* (głównie sadomasochiści). Być może więc wysokie zorientowanie na innych, w tym altruizm, powoduje dostrzeganie wybranych pozytywnych cech również w osobie o twarzy rozszoszczonej.

Uzyskane wyniki zdają się wskazywać na orientację altruistyczną jako na wyróżniającą się na tle pozostałych grup w kwestii moderowania związku między obserwowaną emocją a generowaną oceną. Jak pokazały rozszerzone analizy, we wszystkich grupach kategorii orientacji społecznych, poza grupą altruistów, wystąpił istotny efekt przypisywania wyższych ocen na wymiarze „skłonny do współpracowania” osobie uśmiechniętej niż osobie z ekspresją złości. Nie należy jednak zapominać, że wyróżniający się wpływ orientacji altruistycznej dotyczył generowania ocen jedynie na dwóch wymiarach, co nie pozwala na formułowanie ostatecznych konkluzji i generalizacje. Można jednak podjąć wstępną próbę hipotetyzowania czy interpretacji w kwestii zaobserwowanych zależności. Uzyskane wyniki mogą świadczyć o mniej schematycznym ocenianiu innych przez altruistów w porównaniu z pozostałymi grupami orientacji społecznych. Generalnie ludzie ulegają schematowi przypisywania pozytywnych cech osobom prezentującym na twarzy emocje pozytywne. Altruści, w odróżnieniu również od kooperantów, zdają się minimalizować zróżnicowanie w ocenach na temat osób o skrajnych mimicznych ekspresjach. Jedną z możliwych interpretacji nasuwa przypuszczenie, że altruści bardziej niż przedstawiciele pozostałych kategorii orientacji społecznych uświadamiają sobie prawdopodobieństwo ukrywania przez nadawcę komunikatu intencji odwrotnych niż te, które wynikają z prezentowanego wyrazu mimicznego (np. uśmiech może kamuflować negatywną emocję świadczącą o negatywnej intencji). Fakt, iż altruści w porównaniu pozostałymi kategoriami orientacji mieli mniej zróżnicowane oceny osób prezentujących na twarzach ekspresję radości i złości, może też świadczyć o mniejszej sile wiązania przez altruistów rodzaju emocjonalnej ekspresji mimicznej z cechami osoby. Być może altruści mają skłonność do generowania bardziej zbliżonych ocen obcych osób niezależnie od rodzaju prezentowanej przez nich ekspresji. Istnienie różni-

cowania między altruistami i kooperantami w sile „efektu wyrazu emocjonalnego twarzy”, a nawet w jego kierunku (na wymiarze „przewidywalny” kooperanci i altruści w sposób zróżnicowany zareagowali na ekspresje mimiczne o przeciwnych znakach), zdaje się korespondować z „hipotezą trójkąta” (Kelley i Stahelski, 1970), potwierdzając większe (niż u pro-ja) różnicowanie świata społecznego w grupie prospołecznych. Zastanawia ów odwrócony „efekt wyrazu emocjonalnego twarzy” w grupie altruistów (odwrotnie niż w pozostałych grupach u altruistów miało miejsce przypisywanie wyższych ocen pod względem przewidywalności osobie z mimiczną ekspresją złości niż radości). Jednak błąd standardowy efektu widocznego na wykresie jest zbyt duży, aby można było fakt tej inwersji generalizować na populację. Przed formułowaniem możliwych interpretacji zaobserwowanego układu wyników należy bezwzględnie sprawdzić, czy taka inwersja powtórzy się w innych badaniach.

W kontekście uzyskanych wyników powstaje też pytanie, czy różnice w ocenach innej osoby wynikają z samej emocji, która rysuje się na oglądanej twarzy, czy z zarażania się emocjami. Mechanizm symetrycznego odczuwania takiej emocji, jaką widzi się na twarzy innego człowieka, jest w psychologii doskonale znany i opisany. W odniesieniu do badań prezentowanych w tym artykule może więc być tak, że np. osoba oglądająca na zdjęciu radosnego człowieka sama staje się radosna. Nie wiadomo zatem, czy demonstrowane przez nią oceny są wynikiem samego odczuwania radości, czy też tego, że będzie oceniać osobę demonstrującą radość. Oczywiście nie sposób rozstrzygnąć tego na podstawie zaprezentowanych badań, ale należałoby zmierzyć się z tym problemem na gruncie empirii w przyszłych badaniach.

Komentując metodologię badań, warto podkreślić, iż do manipulacji eksperymentalnej celowo wykorzystano ekspresje emocji najtrafniej rozpoznawane w badaniach Ekmana i Friesena (1971) – radość i złość, co maksymalnie uprawdopodobniło adekwatne rozpoznanie modalności emocji przez badanych. Wybór ekspresji złości spośród emocji negatywnych dodatkowo podyktowany był doniesieniami, iż widok rozszoszczonej twarzy wywołuje wyjątkowo silne pobudzenie emocjonalne (tzw. maksymalna amplituda przy pomiarach potencjałów czynnościowych mózgu) (Lang, Nelson, 1990, za: Dolata, 2001). Powinno to istotnie zwiększyć prawdopodobieństwo odczuwalnego oddziaływania wybranego bodźca manipulacyjnego na badanych. Planując przyszłe badania, kontynuujące empiryczną eksplorację poruszanego w artykule tematu, warto jednak zastanowić się nad wprowadzeniem manipulacji z wykorzystaniem również innych modalności emocji podstawowych.

Dyskusyjną metodologicznie kwestią jest fakt prezentowania badanym zdjęcia jednego mężczyzny eksponującego różne wyrazy mimiczne. Taka sytuacja ma swoje atuty – pozwala na porównania reakcji na poszczególne ekspresje mimiczne bez interferencji różnych rodzajów twarzy ludzkich. Z drugiej strony jednak zastanawia wybór akurat twarzy męskiej – autorka badań sugerowała się infor-

macjami o dominacji u kobiet, w porównaniu z mężczyznami, ekspresji pozytywnych oraz o kategoryzowaniu kobiet do grupy „słabszej płci”, co może skutkować częstszym przejawianiem zachowań kooperacyjnych w stosunku do kobiet. Poza tym więcej kooperantów jest wśród kobiet, niż wśród mężczyzn, a na kooperację skłonni jesteśmy odpowiadać kooperacją. Jednak wciąż bez odpowiedzi pozostaje pytanie, czy otrzymane zależności między percepcją mimicznych ekspresji emocjonalnych a orientacjami społecznymi nie różniłyby się istotnie, gdyby modelem była kobieta.

Oprócz płci osoby prezentującej poszczególne wyrazy mimiczne ważną kwestią może okazać się sam wygląd (elementy fizyczne) twarzy tej osoby. Psychoneuroendokrynologia, fizjologia oraz psychologia ewolucyjna dostarczają argumentów na rzecz istnienia uniwersalnych gatunkowo, stabilnych cech fizycznych twarzy osoby, komunikujących orientację społeczną tej osoby (Buss, 2001; Fehr i in., 2005; Solomon i in., 1996). Można zatem mówić o równoległym kształtowaniu psychiki i ciała przez ten sam czynnik fizjologiczny, a tym samym o istnieniu modeli twarzy bardziej kobiecych, „estrogenowych”, zdradzających tendencje kooperacyjne i modeli twarzy bardziej męskich, „testosteronowych”, świadczących o tendencjach rywalizacyjnych osoby. Wybierając osobę do prezentacji ekspresji w kolejnych badaniach, warto zatem zwrócić uwagę na to, aby jej twarz nie była reprezentacją skrajnego typu. Najbardziej ogólna analiza morfopsychologiczna twarzy mężczyzny prezentowanego w badaniach własnych klasyfikuje ją (poza pewnymi wyjątkami) do typu dylatacyjnego (otwartego) – zarys twarzy szeroki, gruby, solidny, zwarty; receptory (oczy, usta, nos) duże, szerokie, grube; wszystkie trzy poziomy twarzy (umysłowy, uczuciowy i instynktowny) duże i dobrze rozwinięte (Jones i in., 2005). Dominujące cechy takiej osoby to ekstrawersja, ekspansywność, otwartość, optymizm, a także – co kluczowe dla tematu artykułu – skłonność do narzucania się z uśmiechem (Binet, 2003). Oczywiście każdy typ twarzy pociąga za sobą jakąś prawdopodobną charakterystykę psychologiczną. Jednak warto kontrolować, jak może być postrzegana twarz osoby prezentującej ekspresję z uwagi na możliwą, zależną od tego interpretację eksponowanego emocjonalnego wyrazu mimicznego.

Inną ważną metodologicznie kwestią jest fakt, na ile osoba prezentująca emocje jest atrakcyjna fizycznie dla uczestnika badania. Forgas (1987, za: Dolata, 2001) przeprowadził badania zmierzające do ustalenia, w jaki sposób fizyczna atrakcyjność nadawcy wpływa na spostrzeganie emitowanych przez niego ekspresji. Przy rozłączości tych dwóch charakterystyk osoby atrakcyjne, podobnie jak jednostki emitujące ekspresje pozytywne, oceniane są jako lepiej dostosowane społecznie, bardziej kompetentne, odpowiedzialne, wartościowe i – co szczególnie dla nas interesujące – godne zaufania. Jeśli zatem mężczyzna prezentowany w badaniach własnych wydał się części uczestników eksperymentu atrakcyjny fizycznie, to bez względu na rodzaj prezentowanej ekspresji mimicznej mogli oni oceniać go bardziej pozytywnie. Z kolei badania Frąckiewicz (2000) pokazu-

ją, iż do współpracy preferowane są osoby o rysach twarzy podobnych do rysów twarzy matki, co w kontekście badań własnych może wzmacniać orientację kooperacyjną względem osoby przypominającej matkę. Zatem przy planowaniu przyszłych badań dotyczących relacji między wyrazem emocji a prospołecznością nieodzowne wydaje się kontrolowanie zmiennej, jaką jest ocena atrakcyjności fizycznej osoby prezentującej emocje, dokonywana przez badanego.

Kolejny istotny aspekt to charakter prezentowanego emocjonalnego wyrazu twarzowego – pozowany czy spontaniczny. W badaniach nieprzypadkowo wykorzystany był typ pierwszy, gdyż szczególnie w sytuacji, gdzie ekspresja mimiczna miała być jednoznacznym bodźcem manipulacyjnym, badaczowi zależało na jego jak najbardziej trafnym odczytaniu. Natomiast, jak podaje Dolata (2001), wyrazy twarzowe pozowane rozpoznawane są bardzo dobrze, spontaniczne – znacznie gorzej. Z drugiej strony autorka ma świadomość nikłej trafności ekologicznej materiału w postaci statycznych, pozowanych zdjęć ekspresji mimicznych i dostrzega zasadność zaplanowania badań z użyciem technik zwiększających naturalność ekspresji prezentowanych przez modeli (np. umożliwiających ujęcie dynamiki ekspresji, będącej kluczem określającym intensywność afektu, prawdziwość lub fałszywość ekspresji), bądź wręcz zaaranżowania i analizowania realnych sytuacji interakcji dwóch osób. Realizując ostatni pomysł, należy jednak mieć świadomość, że zakres bodźców oddziałujących na obserwatora ekspresji rozszerzy się z mimiki na pantomimikę i cały kontekst sytuacji, gdyż w codziennych interakcjach z ludźmi wnioskujemy o ich emocjach, posługując się też innymi, oprócz wyrazu twarzy, wskaźnikami: kontekstowymi, tkwiącymi w innych zachowaniach niewerbalnych (gestach, ruchach ciała, kierunku spojrzenia, informacjach akustycznych zawartych w mowie, tonie, niewerbalnej wokalizacji), czy też wiedzą o osobie. Zatem wykorzystanie w badaniach własnych statycznych zdjęć twarzy znacznie uprościło etap operacjonalizacji zmiennych i analizy wyników, pozwalając na wyciągnięcie bardzo wstępnych, ogólnych wniosków, które jednak niewątpliwie należy – jeśli chce się rozważać o postrzeganiu drugiego człowieka w sytuacjach interakcji społecznych – uzupełnić badaniami bardziej szczegółowymi, uwzględniającymi także czynniki pozamimiczne.

BIBLIOGRAFIA

- Abrie J. C., Kahan J. P. (1972). The effects of representations and behaviour in experimental games. *European Journal of Social Psychology*, 2, 129–144.
- Bairick H. P., Bairick P. O., Wittlinger R. P. (1975). Fifty years of memory for names and faces. A cross-sectional approach. *Journal of Experimental Psychology*, 104, 57–75.
- Biele C. (2002). Spostrzeganie twarzy u ludzi i zwierząt. *Studia Psychologiczne*, 40, 5–25.
- Berscheid E. (1985). Interpersonal attraction. [W:] G. Lindzey, E. Aronson (red.), *The handbook of social psychology* (t. 2, s. 413–484). New York: McGraw Hill.

- Binet C. (2003). *Twarz zwierciadłem duszy. ABC morfopsychologii czyli związki między kształtami twarzy a cechami charakteru*. Białystok: Studio Astropsychologii.
- Buss D. M. (2001). *Psychologia ewolucyjna*. Gdańsk: Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne.
- Cantor N., Mischel W. (1993). Prototypy w spostrzeganiu osób. [W:] T. Maruszewski (red.), *Poznanie, afekt, zachowanie* (s. 20–52). Warszawa: PWN.
- Carnevale P. (1977). *Cooperators, competitors and individualists encode nonverbal affect*. Paper read at the Eastern Psychological Association Convention. Boston, Mass.
- Dolata E. (2001). *Psychologia poznawania twarzy i ich ekspresji*. Białystok: Trans Humana.
- Doliński D. (2003). Ekspresja emocji. Emocje podstawowe i pochodne. [W:] J. Strelau (red.), *Psychologia. Podręcznik akademicki* (t. 2, s. 351–367). Gdańsk: Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne.
- Ekman P., Friesen W. V. (1971). Constants across cultures in the face and emotion. *Journal of Personality and Social Psychology*, 17 (2), 124–129.
- Ekman P., Sorenson E. R., Friesen W. V. (1969). Pan-cultural elements in the facial displays of emotions. *Science*, 164, 86–88.
- Fehr E., Kosfeld M., Heinrichs M., Zak P. J., Fischbacher U. (2005). Oxytocin increases trust in humans. *Nature*, 435, 673–676.
- Field T. M., Woodson R., Greenberg R., Cohen D. (1982). Discrimination and imitation of facial expression by neonates. *Science*, 281, 179–181.
- Frank R. H. (1988). *Passions within reason: The strategic role of the emotions*. New York: W. W. Norton.
- Frank R. H., Gilovich T., Regan D. (1993). The evolution of one-shot cooperation. *Ethology and Sociobiology*, 14, 247–256.
- Fraćkiewicz W. (2000). Percepcja twarzy: schematy preferowane a rodzicielskie. *Roczniki Psychologiczne*, 3, 143–153.
- Friedman H. S. (1979). The interactive effects of facial expressions of emotion and verbal messages on perceptions of affective meaning. *Journal of Experimental Social Psychology*, 15, 453–469.
- Griesinger D. W., Livingstone J. W. (1973). Toward a model of interpersonal motivation in experimental games. *Behavioral Science*, 18, 73–78.
- Grzelak J. Ł. (1982). Preferences and cognitive processes in interdependence situations: a theoretical analysis of cooperation. [W:] V. Derlega i J. Grzelak (red.), *Cooperation and helping behavior. Theory and research* (s. 97–127). New York: Academic Press.
- Grzelak J. Ł. (1988). *Homo economicus* uspołeczniony? Motywacyjne i poznawcze uwarunkowania działania w interesie społecznym. *Studia Psychologiczne*, 26, 5–30.
- Grzelak J. Ł. (2001). Kontrola, preferencje kontroli, postawy wobec problemów społecznych. [W:] M. Lewicka, J. Grzelak (red.), *Jednostka i społeczeństwo* (s. 131–149). Gdańsk: Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne.
- Grzelak J. Ł. (2003). Współzależność społeczna. [W:] J. Strelau (red.), *Psychologia. Podręcznik akademicki* (t. 3, s. 125–145). Gdańsk: Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne.
- Grzelak J. Ł., Kuhlman D. M., Yeagley E., Joireman J. A. (2009). Attraction toperspective dyadic relationships: Effects of fate control, reflexive control, and partner's trustworthiness. [W:] R. M. Kramer, M. H. Bazerman, A. E. Tenbrunsel (red.), *Social decision making: Social dilemmas, social values, and ethical judgments* (s. 205–237). New York: Psychology Press.
- Grzelak J. Ł., Ossewska E., Wyszogrodzki D., Bobrowski K. (1994). 3 less than 2? A negative effect of the number of allocation participants on prosocial orientations. *Polish Psychological Bulletin*, 25, 223–240.
- Hamburger H., Guyer M., Fox J. (1975). Group size and cooperation. *Journal of Conflict Resolution*, 19, 503–531.

- Hirshberg L. M., Svejda M. (1990). When infants look to their parents: Infants' social referencing of mothers compared to fathers. *Child Development*, 61, 1175–1186.
- Jakubiec H. (2008). *Czy istnieją uniwersalne gatunkowo i stabilne w czasie cechy fizyczne twarzy człowieka zdradzające jego orientację społeczną?* Niepublikowana praca magisterska, Wydział Psychologii Uniwersytetu Warszawskiego, Warszawa.
- Johnson M. H., Dziurawiec S., Ellis H., Morton J. (1991). Newborns preferential tracking of face-like stimuli and its subsequent decline. *Cognition*, 40, 1–19.
- Jones B. C., Little A. C., Boothroyd L. G., DeBruine L. M., Feinberg D. R., Law Smith M. J., Cornwall R. E., Moore F. R., Perrett D. I. (2005). Commitment to relationships and preferences for femininity and apparent health in faces are strongest on days of the menstrual cycle when progesterone level is high. *Hormones and Behavior*, 48, 283–290.
- Kelley H. H., Stahelski A. J. (1970). Social interaction basis of cooperator's and competitor's beliefs about others. *Journal of Personality and Social Psychology*, 16, 66–91.
- Kelley H. H., Thibaut J. W. (1978). *Interpersonal Relations: A theory of interdependence*. New York: Wiley.
- Kopelman S., Weber J. M., Messick D. M. (2002). Factors influencing cooperation in commons dilemmas: A review of experimental psychological research. [W:] E. Ostrom, T. Dietz, N. Dolzak, P. C. Stern, S. Stonich, E. U. Weber (red.), *The Drama of the Commons* (s. 113–156). Washington: National Academy Press.
- Kozielecki J. (1975). *Psychologiczna teoria decyzji*. Warszawa: PWN.
- Kuhlman D. M., Carnevale P. (1984). *Nonverbal demeanor as a function of social orientation*. Poster presented at the Convention of the American Psychological Association, Montreal, Canada.
- Kuhlman D. M., Fasolo P., Kiotas J., Pomare M. (1989). *Facial expressions of emotion as signals of social orientation*. Poster presented at the Second International Conference on Social Orientation, Warsaw, Poland.
- Kuhlman D. M., Marshello A. (1975). Individual differences in game motivation as moderators of preprogrammed strategy effects in prisoner's dilemma. *Journal of Personality and Social Psychology*, 32, 922–931.
- Kuhlman D. M., Wimberly D. C. (1976). Expectations of choice behavior held by cooperators, competitors and individualists across four classes of experimental games. *Journal of Personality and Social Psychology*, 34, 69–81.
- Kuhlman D. M., Fasolo P., Kiotas J., Pomare M. (1989). *Facial expressions of emotion as signals of social*, 89, 308–324.
- Latane B., Nida S. (1981). Ten years of group size and helping. *Psychological Bulletin*, 89, 308–324.
- Liebrand W. B. G. (1984). The effect of social motives, communication and group size on behaviour in a N-person multi-stage mixed-motive game. *European Journal of Social Psychology*, 14, 239–264.
- Liebrand W. B. G., McClintock C. G. (1988). The ring measure of social values: A computerized procedure for assessing individual differences in information processing and social value orientation. *European Journal of Personality*, 2, 217–230.
- Liebrand W. B. G., Jansen R. W. T. L., Rijken V. M., Suhre C. J. M. (1986). Might over morality: Social values and the perception of other players in experimental games. *Journal of Experimental Social Psychology*, 22, 203–215.
- Maki J. E., McClintock C. G. (1983). The accuracy of social value prediction: Actor and observer influences. *Journal of Personality and Social Psychology*, 45, 829–838.
- Maki J. E., Thorngate W. B., McClintock C. G. (1979). Prediction and perception of social motives. *Journal of Personality and Social Psychology*, 37, 203–220.

- McClintock C. G., Liebrand W. B. G. (1988). Role of interdependence structure, individual value orientation, and another's strategy in social decision making: A transformational analysis. *Journal of Personality and Social Psychology*, 55, 396–409.
- Messick D. M., McClintock C. G. (1968). Motivational basis of choice in experimental games. *Journal of Experimental Social Psychology*, 4, 1–25.
- Ohme R. K. (2003). *Podprogowe informacje mimiczne. Ujęcie psychologii eksperymentalnej*. Warszawa: Wydawnictwo Instytutu Psychologii PAN.
- Rutkowska D., Szuster A. (red.) (2008). *O różnych obliczach altruizmu*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe Scholar.
- Sattler D. N., Kerr N. L. (1991). Might versus morality explained: Motivational and cognitive interpersonal orientation. *American Journal of Sociology*, 71, 179–186.
- Schulz U. (1986). The influence of social orientation and generalized expectancies on decision making in iterated experimental games. [W:] R. Tietz, W. Albers, R. Stollen (red.), *Bounded rational behaviour in experimental games and markets* (s. 95–110). Berlin: Springer-Verlag.
- Shelley G. P., Page M. J., Rives P., Yeagley E., Kuhlman D. M. (2009). Nonverbal communication and detection of individual differences in social value orientation. [W:] R. M. Kramer, M. H. Bazerman, A. E. Tenbrunsel (red.), *Social decision making: Social dilemmas, social values, and ethical judgments* (s. 147–169). New York: Psychology Press.
- Solomon E. P., Berg L. R., Martin D. W., Villee C. A. (1996). *Biologia*. Warszawa: Oficyna Wydawnicza Multico.
- Swingle P. G., Santi A. (1972). Communication in non-zero-sum games. *Journal of Personality and Social Psychology*, 23, 54–64.
- van Lange P. A. M. (2000). What people look for in others: Influences of the perceiver and perceived on information selection. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 26, 206–219.
- van Lange P. A. M., Liebrand W. B. G. (1989). On perceiving morality and potency: Social values and the effects of person perception in a give-some dilemma. *European Journal of Personality*, 3, 209–225.
- Wieczorkowska-Wierzbińska G. (2010). *Statystyka: analiza badań społecznych*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe Scholar.

JOANNA LEWCZUK

SOCIAL VALUE ORIENTATIONS AND EVALUATION OF THE INTERACTION PARTNER'S TRAITS DEPENDING ON EMOTIONAL FACIAL EXPRESSION

Abstract. The article is about the impact of social orientation on the relationship between generated assessments of the characteristics of another individual and emotion presented on his/her face.

An *omnibus* type representative survey was carried out according to the experimental scheme, entirely via the Internet ($N = 972$). The following tools were used: a modified version of the Ring Measure of Social Values (Liebrand, 1984) for the measurement of social value orientations; photographs of facial expressions (happiness, anger, neutrality) for the experimental manipulation; a scale for the assessment of perception of the individuals presented on the photographs.

As expected, the link was demonstrated between social value orientations and the assessment about someone displaying various emotions on the face. Moderating nature of social orientation was connected with the degree of the *orientation on the others* as well as with the category of social orientation, but in relation to two of the eleven dimensions of features: “willing to cooperate” and

“predictable”. The results seem to indicate the altruism orientation as the distinctive one in terms of moderating the relationship between observed emotion and generated evaluation.

The results were given an interpretation, and areas were suggested in which it was worth planning additional researches that might provide the knowledge required to draw final conclusions. It was highlighted that specific methodological solutions which might have influenced the structure of results were applied.

Keywords: social value orientations, orientation on the others/orientation on oneself, perception of people, Ring Measure of Social Values, facial emotional expressions.