Originally published in: Psychologia Społeczna vol. 9 (2014) no. 2, pp. 165-178.
DOI: *https://doi.org/10.7366/1896180020142903*

Psychologia Społeczna
2014 tom 9 2 (29) 165–178

ISSN 1896-1800
doi: 10.7366/1896180020142903

Tylko głupcy uśmiechają się do obcych? Analiza różnic kulturowych w postrzeganiu społecznym inteligencji i szczerości osób uśmiechniętych

Kuba Kryś[1], Karolina Hansen[2]

[1] *Instytut Psychologii, Polska Akademia Nauk*
[2] *Wydział Psychologii, Uniwersytet Warszawski*

Badania nad postrzeganiem społecznym wskazują, że osoby uśmiechające się są na licznych wymiarach postrzegane korzystniej aniżeli osoby nieuśmiechające się. Jednakże w niniejszych badaniach twierdzimy, że ta prawidłowość nie zawsze jest pozytywna, ponieważ postrzeganie uśmiechu może być zależne od kultury i takich jej wymiarów jak indywidualizm–kolektywizm czy asertywność. Eksperyment przeprowadzony w sześciu krajach (w Polsce, Niemczech, Norwegii, Iranie, USA oraz RPA) pokazał, że osoby uśmiechające się mogą w kulturach kolektywistycznych i mało asertywnych być postrzegane mniej korzystnie od osób nieuśmiechających się. W Niemczech osoby uśmiechnięte zostały ocenione jako bardziej inteligentne, a w Iranie jako mniej inteligentne niż osoby nieuśmiechnięte. Ponadto we wszystkich krajach poza Iranem osoby uśmiechnięte były postrzegane jako bardziej szczere niż osoby nieuśmiechnięte. Dyskutujemy uzyskane wyniki w kontekście zróżnicowania kultur opisanego przez House'a i współpracowników (2004) oraz przez Hofstedego (2001).

Słowa kluczowe: *uśmiech*, *postrzeganie społeczne*, *inteligencja*, *szczerość*, *kultura*

Don't leave home without a smile, as you won't see many
on the streets because smiling at strangers is seen as a sign of stupidity
(Bedford, Fallon, McAdam, 2008, s. 19)

Autorzy wydanego przez Lonely Planet przewodnika po Polsce dwukrotnie informują (Bedford i in., 2008, s. 19, 45), że uśmiechanie się w Polsce może być odebrane jako przejaw głupoty. Oficjalna broszura jednej z norweskich agencji rządowych zajmujących się rynkiem pracy dla imigrantów informuje, że w Norwegii normalne jest, gdy widząc osobę uśmiechającą się, ktoś zaczyna myśleć, iż ta musi być Amerykaninem, głupcem

Kuba Kryś, Pracownia Psychologii Kulturowej i Badań Międzykulturowych, Instytut Psychologii PAN, ul. Jaracza 1, 00-378 Warszawa, e-mail: kuba@krys.pl
Karolina Hansen, Wydział Psychologii, Uniwersytet Warszawski, ul. Stawki 5/7, 00-183 Warszawa,
e-mail: karolina.hansen@psych.uw.edu.pl
Korespondencję w sprawie artykułu należy kierować na e-mail: kuba@krys.pl
Projekt został wsparty przez grant nr 2011/03/N/HS6/05112 przyznany Kubie Krysiowi przez Narodowe Centrum Nauki. Norweska część projektu została zrealizowana przy wsparciu udzielonym Kubie Krysiowi przez Islandię, Liechtenstein i Norwegię poprzez dofinansowanie ze środków Mechanizmu Finansowego Europejskiego Obszaru Gospodarczego oraz Norweskiego Mechanizmu Finansowego w ramach Funduszu Stypendialnego i Szkoleniowego. Niemiecka część projektu została zrealizowana dzięki środkom przyznanym Karolinie Hansen w programie ProExzellenz niemieckiego landu Turyngii.
Pragniemy podziękować wszystkim osobom zaangażowanym w tłumaczenie materiałów badawczych oraz zbieranie danych. Są to w szczególności: Magdalena Rychłowska, Bjørn Ekelund, Faezeh Kasir, Claudia Niedlich, Mark Price, Veronika Sandanger, Maral Shahi, Sebastian Wilfling oraz Jafar Yaghobi.

Copyright 2014 Psychologia Społeczna

Publikationsserver des Leibniz-Instituts für Deutsche Sprache
URN: http://nbn-resolving.de/urn:nbn:de:bsz:mh39-91243

albo być nietrzeźwa (NAV EURES, 2010). W Rosji natomiast popularne jest powiedzenie „улыбка без причины – признак дурачины", które tłumaczyć można jako „uśmiech bez przyczyny – oznaka głupoty". Badania nad postrzeganiem społecznym wskazują, że osoby uśmiechające się na licznych wymiarach postrzegane są korzystniej bądź nie gorzej niż osoby nieuśmiechające się. Jednakże powyższe nienaukowe przesłanki zdają się sugerować, że w niektórych kulturach osoby uśmiechające się mogą być postrzegane mniej przychylnie od osób nieuśmiechających się. Poza tym badania pokazujące korzystne postrzeganie osób uśmiechniętych były prowadzone głównie w indywidualistycznych kulturach zachodnich. W ich realiach uśmiech, sygnalizujący pewność siebie i nastawienie na osiąganie celów, może być lepiej postrzegany niż w kulturach kolektywistycznych i mniej asertywnych (Hofstede, 2001; House, Hanges, Javidan, Dorfman, Gupta, 2004).

Postrzeganie społeczne osób uśmiechniętych

Człowiek jest istotą społeczną. Każdego dnia spotykamy nowe osoby, wchodzimy z nimi w interakcje, od razu przypisując im pewne cechy na podstawie nawet niewielkiej ilości informacji (Vrticka, Andersson, Sander, Vuilleumier, 2009). Badania sugerują, że formowanie się wrażenia w oparciu o wygląd zewnętrzny, a w szczególności wygląd twarzy, jest procesem szybkim i automatycznym (Ambady, Rosenthal, 1992; Tuk, Verlegh, Smidts, Wigboldus, 2009). Twarze są bodźcami silnie przykuwającymi uwagę, a sposób ich postrzegania może ułatwiać bądź utrudniać interakcje społeczne (Miles, 2009; Shaw, Kinsell-Shaw, 2007).

Interakcjom międzyludzkim często towarzyszą zachowania afiliacyjne, spośród których uśmiech jest jednym z najczęściej spotykanych (Mehu, Dunbar, 2008). Znajdując się w roli obserwatora, jesteśmy wrażliwi na subtelne różnice w sposobie uśmiechania się partnerów naszej interakcji (Miles, 2009; Miles, Johnston, 2007). Uśmiech, sygnalizując zaufanie i intencje współpracy, ułatwia nawiązanie i efektywne podtrzymanie relacji (Owren, Bachorowski, 2001), a ludzie uśmiechający się postrzegani są jako bardziej przystępni i przyjaźni. Uśmiech sygnalizuje też szansę na bezpieczną i owocną współpracę (Miles, 2009).

Natura uśmiechu jest ściśle powiązana ze społecznym funkcjonowaniem człowieka. Fridlund (1991) pokazał, że ludzie reagują uśmiechem głównie w obecności innych osób lub w sytuacji, gdy o takiej obecności są przekonani. Pojawia się on w wielu różnych kontekstach, choć różne zachowania są bardziej lub mniej uniwersalne kulturowo. Na przykład w trakcie przypadkowego spotkania uśmiech wydaje się uniwersalnym kulturowo zachowaniem. Z drugiej strony uśmiech w trakcie pokazywania biletu kontrolerowi dla większości Polaków byłby dziwny, podczas gdy dla Amerykanów jest on w takiej sytuacji reakcją naturalną (Maringer, Fischer, Krumhuber, Niedenthal, 2011). Uśmiech pomaga koordynować interakcje społeczne (Fridlund, 2002; Frijda, Tcherkassof, 1997; Keltner, Gross, 1999) oraz często sygnalizuje, że nadawca jest szczęśliwy bądź też że lubi osobę, do której go kieruje (Ekman, 1992, 1994). Wiele wysiłków badawczych zostało poświęconych opisaniu różnych rodzajów uśmiechu (por. Duchenne, 1862/1990; Ekman, Davidson, Friesen, 1990; Schmidt, Ambadar, Cohn, Reed, 2006). Niektórzy badacze sugerują istnienie nawet pięćdziesięciu różnych jego typów (Ekman, 2001).

Fridlund (1994) utrzymuje, że uśmiech jest komunikatem. Pojawia się zatem pytanie, jak ten komunikat jest interpretowany przez jego odbiorców. Osoby uśmiechające się postrzegane są w porównaniu do osób nieuśmiechających się jako szczęśliwsze (Otta, Abrosio, Hoshino, 1996; Otta, Lira, Delevati, Cesar, Pires, 1993), są wyżej oceniane na skalach atrakcyjności, uprzejmości, szczerości i kompetencji (Hess, Beaupre, Cheung, 2002; Reis, McDougal, Wilson, Monestere, Bernstein, 1990), są bardziej lubiane (Palmer, Simmons, 1995; Young, Beier, 1977), a zachowania do nich kierowane sygnalizują chęć współpracy (Gonzaga, Keltner, Londahl, Smith, 2001; Scharlemann, Eckel, Kacelnik, Wilson, 2001). Jednak większość wspomnianych wyżej wyników pochodzi z badań prowadzonych w kulturach zachodnioeuropejskich bądź północnoamerykańskiej, a na procesy społecznego postrzegania mogą wpływać czynniki kulturowe (Matsumoto, Yoo, Fontaine i in., 2009; Matsumoto, Yoo, Nakagawa i in., 2008; Szarota, 2006, 2011). Aktualnym zatem pozostaje pytanie o możliwość generalizacji tych wyników na inne kręgi kulturowe.

Celem niniejszych badań było sprawdzenie, jak w różnych kulturach postrzegane są osoby uśmiechające się i nieuśmiechające się. W naszym postępowaniu oparliśmy się na teorii Wojciszke (2005, 2010), który twierdzi, że na każdym poziomie postrzegania społecznego ujawniają się dwa wymiary: sprawczości i wspólnotowości. Zdecydowaliśmy się zawęzić wymiary proponowane przez Wojciszke i zbadaliśmy postrzeganie inteligencji oraz szczerości, jako że to te dwie kategorie regularnie pojawiają się w kontekście oceny osób uśmiechających się.

Najczęściej analizowaną kategorią wspólnotową związaną z postrzeganiem społecznym osób uśmiechających się jest szczerość. Liczne wcześniej wspomniane badania podejmowały temat szczerości uśmiechu (np. Duchenne, 1862/1990; Ekman i in., 1990; Schmidt i in.,

2006), a problematyka ta znalazła również odzwierciedlenie w projektach badawczych mierzących postrzeganie u osób uśmiechniętych cech związanych ze wspólnotowością. Uśmiech podnosi poziomy lubienia (Lau, 1982), sympatyczności (Lau, 1982; Otta i in., 1993, 1996), oceny uczciwości (Reis i in., 1990), towarzyskości (Matsumoto, Kudoh, 1993; Reis i in., 1990), optymizmu, rzetelności, zadowolenia, atrakcyjności, życzliwości, opanowania i urody (Otta i in., 1993, 1996), ugodowości i szczerości (Łączyńska, 2005; za: Szarota 2006; Otta i in., 1993, 1996) oraz wiarygodności (Krumhuber i in., 2007).

Drugim obok wspólnotowości sugerowanym przez Wojciszke (2005, 2010) wymiarem postrzegania społecznego jest sprawczość. Badacz ten przyrównuje sprawczość między innymi do dominacji (Todorov, 2009) – i analizy wiążące uśmiechanie się z dominacją były prowadzone (Cohen, Vandello, Puente, Rantilla, 1999; Hess, Adams, Kleck, 2005; Todorov, 2009). Jednakże rzadko badane jest postrzeganie innych niż dominacja kategorii sprawnościowych (w tym inteligencji) osób uśmiechających się. Nieliczne badania podejmujące ten temat dostarczają informacji niejednoznacznych: uśmiech osób ocenianych podwyższał oceny ich inteligencji w badaniach przeprowadzonych w Hongkongu (Lau, 1982), w Stanach Zjednoczonych (Matsumoto, Kudoh, 1993) oraz w Polsce (Łączyńska, 2005; za: Szarota, 2006), ale efekt ten nie pojawiał się w badaniach prowadzonych w Brazylii (Otta i in., 1993) oraz w Japonii (Matsumoto, Kudoh, 1993). Wymienione wyżej badania prowadzone były w oparciu o różne metody badawcze i ich wyniki nie są w pełni porównywalne.

W naszych badaniach zdecydowaliśmy się na porównanie procesów postrzegania społecznego w różnych kulturach, ponieważ odmienne realia kulturowe mogą kształtować ludzi o odmiennych logikach postrzegania (Leung, Cohen, 2011). Proponowane przez Wojciszke wymiary sprawczości i wspólnotowości korespondują z wymiarami kultur: sprawczość ma związek na przykład z asertywnością, dystansem władzy, unikaniem niepewności czy indywidualizmem, a wspólnotowość na przykład z wymiarami równości rodzajowej, orientacji humanistycznej czy kolektywizmem (Hofstede, 2001; House i in., 2004; Wojciszke, 2010).

Przyjmując, że zróżnicowanie procesów postrzegania społecznego może wiązać się ze zróżnicowaniem kultur, zdecydowaliśmy się oprzeć naszą analizę na dwóch klasyfikacjach wymiarów kulturowych. Dostarczają one bowiem opisów różnych aspektów, a te, opisane w obu klasyfikacjach, miewają odmienne interpretacje i charakterystyki (np. dystans władzy, indywidualizm–kolektywizm czy unikanie niepewności). Po pierwsze odwołujemy się do koncepcji psychologicznych wymiarów kultur Hofstedego (2001). Po drugie odwołujemy się do projektu GLOBE (House i in., 2004), którego autorzy założyli istnienie dwóch odrębnych poziomów analizy zjawisk społeczno-kulturowych: (a) poziomu bytu realnego – praktyk, oraz (b) poziomu ideału w sferze preferencji i postulatów – wartości. Sugerujemy, że analizując percepcje osób uśmiechniętych, należy odwołać się do wymiarów praktyk, a nie do wymiarów wartości, ponieważ postrzeganie inteligencji i szczerości odnoszą się do realnych ocen twarzy (praktyk), a nie wiążą się z oceną stanu idealnego (wartościami). Postulujemy też, by powiązanie zróżnicowania kultur ze zróżnicowaniem postrzegania społecznego przeprowadzić oddzielnie dla postrzegania osób nieuśmiechniętych oraz dla postrzegania osób uśmiechniętych. Uśmiech jest komunikatem niewerbalnym i jak każdy komunikat niesie ze sobą jakieś znaczenie, które według Szaroty (2006) może być zróżnicowane kulturowo. Stąd postrzeganie społeczne osób uśmiechniętych może opierać się na innych procesach psychologicznych aniżeli postrzeganie osób o neutralnym wyrazie twarzy.

Uważamy, że zróżnicowanie kulturowe w postrzeganiu osób uśmiechniętych można wiązać z wymiarem praktyk asertywności. House i in. (2004) charakteryzują ten wymiar jako odzwierciedlający wiarę w to, że ludzie powinni być pewni siebie i zdecydowani w relacjach. Uśmiech ocenianych osób może być odbierany jako oznaka pewności siebie i asertywności, a zatem osoby te mogą być uważane za bardziej sprawne i inteligentne. Podobnie argumentujemy, że uśmiech sygnalizujący pewność siebie i nastawienie na indywidualne osiągnięcia może być lepiej postrzegany w kulturach indywidualistycznych, zarówno w koncepcji House'a i współpracowników (2004), jak i Hofstedego (2001). Oceny inteligencji osób uśmiechniętych mogą też wiązać się z kulturowym dystansem władzy – w kulturach plasujących się wysoko na tym wymiarze zdjęcia do dokumentów (uczestnicy opisywanych tu badań oceniali zdjęcia wykonane w zbliżonej konwencji), podobnie jak inne ważne i związane z hierarchizacją i władzą wydarzenia, należy wykonywać z należytą powagą, a przynajmniej bez wyrazistego uśmiechu. Stąd być może w kulturach o wysokim dystansie władzy, zarówno w koncepcji Hofstedego, jak i House'a i in., osoby uśmiechnięte, jako niestosujące się do obowiązującej normy, oceniane są jako mniej inteligentne.

Przyjmujemy też, że postrzeganie społeczne osób nieuśmiechniętych, a więc osób o mimice nieniosącej specyficznego komunikatu, powinno być powiązane z wymiarami zgeneralizowanej przychylności dla innych. W pierwszej kolejności uznajemy, że takim wymia-

rem jest orientacja humanistyczna (House i in., 2004). Humanistyczny aspekt funkcjonowania kultur oznacza życzliwe stosunki interpersonalne, a naszym zdaniem w tym wymiarze może mieścić się również życzliwe i przychylne ocenianie inteligencji nieuśmiechniętych osób. Podobnie twierdzimy, że zróżnicowanie postrzegania inteligencji osób nieuśmiechniętych może być powiązane ze zróżnicowaniem kultur na wymiarze orientacji na wykonanie (House i in., 2004). Przypuszczamy, że osoby ukształtowane przez kultury wysoko ceniące sprawczość (osiągnięcia, mistrzostwo, jakość wykonania) mogą postrzegać osoby nieuśmiechnięte jako bardziej sprawcze, a w szczególności jako bardziej inteligentne.

Ogromna liczba badań wskazuje, że wszędzie na świecie ludzie lepiej myślą o członkach grupy własnej niż grup obcych (np. Tajfel, 1981), a jedną z lepszych metod modyfikowania negatywnych poglądów na temat grupy obcej jest kontakt z jej członkami (Bilewicz, 2006). Zdecydowaliśmy się zatem sprawdzić, jak kształtuje się postrzeganie społeczne uśmiechniętych i nieuśmiechniętych „swoich" oraz obcych. Analizę tę postanowiliśmy przeprowadzić dla dwóch różnych od siebie prób: homogenicznej kulturowo (kontakt z obcymi rzadki i ograniczony) i heterogenicznej kulturowo (nieustanny kontakt z obcymi).

Ponadto dwie metaanalizy przekonujące, że kobiety wyraźnie częściej patrzą na partnerów interakcji i częściej się do nich uśmiechają (Hall, Halberstadt, 1986; LaFrance, Hecht, Paluck, 2003), zainspirowały nas do postawienia pytania o różnice płciowe w postrzeganiu osób uśmiechniętych i nieuśmiechniętych. Przypuszczamy, że postrzeganie osób uśmiechających się i nieuśmiechających się może kształtować się odmiennie dla kobiet i dla mężczyzn jako podmiotów oceny.

Podsumowując, w naszych badaniach postanowiliśmy sprawdzić, czy w różnych kulturach istnieją znaczące różnice w postrzeganiu sprawczości (konkretnie inteligencji) oraz wspólnotowości (konkretnie szczerości) osób uśmiechniętych lub nieuśmiechniętych. Celami opisanego niżej badania są (1) sprawdzenie, czy w zależności od kultury uśmiechanie się może być postrzegane mniej korzystnie od nieuśmiechania się, (2) opisanie różnic kulturowych w postrzeganiu inteligencji i szczerości osób uśmiechających i nieuśmiechających się oraz (3) opisanie różnic płciowych w postrzeganiu inteligencji i szczerości osób uśmiechających się i nieuśmiechających się.

Metoda

Badanie przeprowadzone zostało na próbach studentów polskich, niemieckich, amerykańskich (z USA), perskich (z Iranu), norweskich oraz dwóch grup południowoafrykańskich (białej i nie białej). Próba norweska została wybrana ze względu na jej niskie usytuowanie na wymiarze dystansu władzy oraz relatywnie wysokie na wymiarze indywidualizmu (Hofstede, 2001). Badanie przeprowadzone zostało w landach Niemiec Wschodnich (byłego NRD), ponieważ w badaniach House'a i in. (2004) jest to najbardziej asertywna kultura na wymiarze praktyk. Próba z USA została włączona do badania, ponieważ kultura Stanów Zjednoczonych jest najbardziej indywidualistyczną w koncepcji Hofstedego (2001). Kulturę perską włączyliśmy do badania, ponieważ według House'a i in. (2004) kultura ta jest relatywnie wysoko ulokowana na wymiarach orientacji humanistycznej oraz orientacji na wykonanie, ale relatywnie nisko na wymiarze praktyk asertywności. Zebranie danych w RPA pozwoliło włączyć do badania próbę heterogeniczną, na którą składają się dwie kultury współwystępujące na jednym terenie (biali i nie biali mieszkańcy RPA), i porównać owe dwie grupy. Szczególnie interesujące wydaje się też zróżnicowanie obu kultur RPA na płaszczyznach praktyk orientacji humanistycznej oraz praktyk dystansu władzy (House i in., 2004). Polska natomiast znalazła się wśród analizowanych prób ze względu na swoją relatywną homogeniczność kulturową. Podobnie do Hofstedego (1980) i House'a ze współpracownikami (2004) utożsamiamy próby krajowe z próbami kulturowymi – wyjątek stanowi badanie przeprowadzone w RPA, w którym analogicznie do House'a z zespołem wyodrębniliśmy dwie próby kulturowe: osób o białym i nie białym kolorze skóry.

Osoby badane

Uczestnikami badania byli studenci Uniwersytetu Łódzkiego (Polska), Uniwersytetu w Jenie (Niemcy), Uniwersytetu w Bergen (Norwegia), Uniwersytetu Wisconsin-Madison (USA), Uniwersytetu w Qeshm (Iran) oraz Uniwersytetu w Cape Town (RPA). W badaniu udział wzięło 508 osób (próba polska: 55 kobiet [K], 20 mężczyzn [M], jedna osoba nie zaznaczyła swojej płci [b.d.]; próba niemiecka: 37 K, 45 M, 1 b.d.; próba norweska: 56 K, 38 M, 3 b.d.; próba amerykańska: 57 K, 27 M; próba perska: 31 K, 16 M, 6 b.d.; próba RPA: 57 K, 53 M, 5 b.d.). Próba RPA w większości dalszych analiz została podzielona na dwie podpróby: osób deklarujących białą przynależność etniczną (w polu *ethnicity* wpisały „white"; 24 K, 25 M) oraz osób deklarujących nie białą przynależność etniczną (w polu *ethnicity* wpisały „black", „mixed race", „coloured", „Malay", „Indian" lub „African"; 26 K, 24 M). W próbie USA osoby czarnoskóre stanowiły tylko niewielką frakcję próby i wyniki z nimi lub bez były zbliżone. Po odrzuceniu z próby siedmiu osób, które zadeklarowały wiek wyższy niż 40 lat (jedna w Niemczech oraz

sześć w USA), oraz osób, które nie zadeklarowały wieku (16 osób), dalsza analiza dotyczyła danych 485 osób, których średni wiek mieścił się dla poszczególnych prób między 20,70 a 22,70 roku (Polska 22,70; Niemcy 22,11; Norwegia 22,22; USA 21,62; Iran 21,21; RPA biali 20,76; RPA nie biali 21,04). Korelacje między wiekiem badanych a analizowanymi miarami mieściły się w przedziale $-0{,}02 < r < 0{,}00$ i nie były istotne statystycznie ($p > 0{,}64$). Problem wynikający z nierównoważności prób pod względem płci przebadanych osób został rozwiązany poprzez włączenie wpływu płci do prowadzonych analiz.

Procedura

Uczestnicy poproszeni zostali o ocenienie ośmiu twarzy (uśmiechniętych oraz nieuśmiechniętych) na ośmiu skalach składających się na dwa wymiary: szczerości oraz inteligencji. Polecenie nawiązywało do badań nad cienkimi plastrami zachowania (Ambady, Rosenthal, 1992, 1993), których wyniki sugerują, iż opierając się na czyimś wyglądzie, potrafimy z ponadlosową trafnością szacować niektóre cechy tej osoby. Polecenie umieszczone było na początku małej książeczki (formatu A6, czarno-białej), w której na kolejnych ośmiu stronach pojawiały się zdjęcia ośmiu różnych twarzy, czasem uśmiechniętych, a czasem nieuśmiechniętych (rysunek 1 przedstawia miniatury tych twarzy). W badaniu użytych zostało osiem fotografii portretowych osób uśmiechniętych oraz osiem fotografii tych samych osób nieuśmiechniętych. Wybrane zostały cztery osoby o wyglądzie kaukaskim (dwóch mężczyzn i dwie kobiety), dwie osoby czarnoskóre (mężczyzna i kobieta) oraz dwie o wyglądzie hinduskim (mężczyzna i kobieta). Fotografie zaczerpnięte zostały z bazy Center for Vital Longevity University of Texas w Dallas (Minear, Park, 2004) oraz przekształcone z wersji kolorowej na wersję w skali odcieni szarości. Materiały badawcze przetłumaczone zostały na języki używane przez studentów w danej kulturze: polski, niemiecki, norweski, angielski (USA i obie próby RPA) oraz farsi (Iran). Instrukcje zostały opracowane w języku polskim, a następnie przetłumaczone na języki niemiecki i angielski. Z języka angielskiego przełożone zostały na języki norweski oraz farsi. Każde z tłumaczeń było wykonywane przez jedną, a następnie sprawdzane i ewentualnie poprawiane przez drugą osobę, dla której język docelowy tłumaczenia był językiem ojczystym.

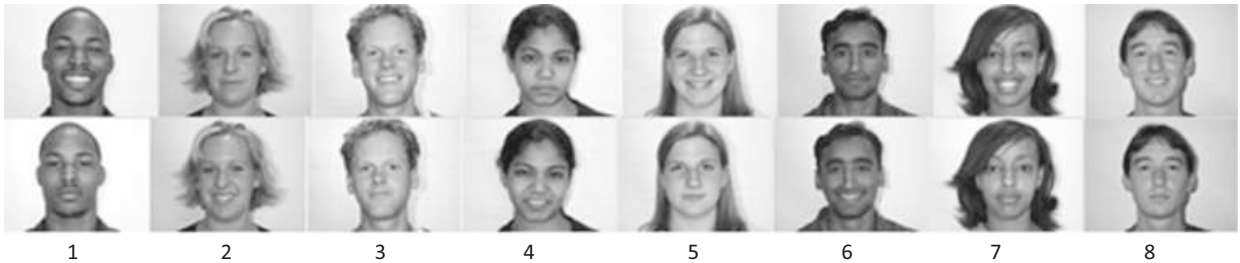
Pod każdą z fotografii umieszczona była prośba o ustosunkowanie się do stwierdzenia „Osoba na zdjęciu jest" oraz wybór spośród następujących ośmiu określeń: *inteligentna*, *fałszywa*, *tępa*, *bystra*, *autentyczna*, *nienaturalna*, *głupia*, *szczera*. Ocen należało dokonać na skali od 1 (*cecha ani trochę nie pasuje*) do 7 (*cecha pasuje idealnie*).

Zmienne niezależne: (1) uśmiech ocenianej osoby (jest bądź go brak), (2) kultura pochodzenia osób oceniających, (3) płeć osób oceniających, (4) płeć osób ocenianych, (5) kolor skóry osób ocenianych (biały bądź nie biały).

Zmienne zależne: (1) ocena inteligencji mierzona wskaźnikiem utworzonym przez uśrednienie skal: *inteligentna*, *bystra* oraz (po odwróceniu) *tępa* i *głupia*, (2) ocena szczerości mierzona wskaźnikiem utworzonym przez uśrednienie skal: *autentyczna*, *szczera* oraz (po odwróceniu) *nienaturalna* i *fałszywa*.

Naszym zdaniem charakter zmiennych zależnych najtrafniej oddają terminy *inteligencja* i *szczerość*, stąd – choć w skład wskaźników weszły skale o tych właśnie nazwach – zdecydowaliśmy się tymi samymi terminami określić owe zmienne. Wskaźniki inteligencji skonstruowane z 32 pozycji (cztery cechy związane z inteligencją oceniane każdorazowo dla ośmiu twarzy) osiągnęły satysfakcjonujący poziom rzetelności dla wszystkich siedmiu prób kulturowych (polska: $\alpha = 0{,}90$; niemiecka: $\alpha = 0{,}84$; norweska: $\alpha = 0{,}87$; amerykańska: $\alpha = 0{,}94$; perska: $\alpha = 0{,}79$; RPA biała: $\alpha = 0{,}86$; RPA nie biała: $\alpha = 0{,}76$). Wskaźniki szczerości skonstruowane z 32 pozycji również osiągnęły satysfakcjonujący poziom rzetelności we wszystkich siedmiu próbach kulturowych (polska: $\alpha = 0{,}79$; niemiecka: $\alpha = 0{,}76$; norweska: $\alpha = 0{,}70$; amerykańska: $\alpha = 0{,}90$; perska: $\alpha = 0{,}70$; RPA biała: $\alpha = 0{,}82$; RPA nie biała: $\alpha = 0{,}72$).

Dalszej analizie poddane zostały również wskaźniki uwzględniające w swojej konstrukcji płeć ocenianych



Rysunek 1. Miniatury zdjęć ocenianych twarzy.

osób oraz ich kolor skóry (biały bądź nie biały). Wskaźniki te składały się z 16 pozycji (cztery oceniane cechy dla czterech twarzy). W większości miary te również osiągnęły satysfakcjonujący poziom, a w nielicznych przypadkach, gdy miary szczegółowe (oparte na 16 pozycjach) nie osiągnęły satysfakcjonującego poziomu, nie było dla wyników na nich opartych różnic ze wzorcami ujawnionymi dla miar generalnych (opartych na 32 pozycjach). Na podstawie miar szczegółowych analizowane były: postrzegana inteligencja mężczyzn ($0{,}88 > \alpha > 0{,}70$) oraz kobiet przedstawionych na fotografiach ($0{,}90 > \alpha > 0{,}73$), postrzegana szczerość mężczyzn (dla Polski, Norwegii i USA: $0{,}82 > \alpha > 0{,}73$; dla Niemiec, Iranu i białej próby RPA: $0{,}66 > \alpha > 0{,}64$; RPA nie biała: $\alpha = 0{,}23$) oraz postrzegana szczerość kobiet ($0{,}87 > \alpha > 0{,}73$; z wyjątkiem Norwegii i Iranu: $0{,}63 > \alpha > 0{,}60$), postrzegana inteligencja osób o białym kolorze skóry ($0{,}88 > \alpha > 0{,}72$) oraz o nie białym kolorze skóry ($0{,}91 > \alpha > 0{,}77$), postrzegana szczerość osób o białym kolorze skóry ($0{,}87 > \alpha > 0{,}71$; z wyjątkiem Norwegii i Iranu: $0{,}60 > \alpha > 0{,}54$) oraz o nie białym kolorze skóry ($0{,}84 > \alpha > 0{,}70$; z wyjątkiem Norwegii i Iranu: $0{,}64 > \alpha > 0{,}63$).

Różnice w postrzeganiu inteligencji i szczerości osób uśmiechniętych i nieuśmiechniętych mierzone były intraindywidualnie: porównania średnich wykonywane były testem *t* dla prób zależnych. Przeprowadziliśmy również analizę na poziomie kulturowym, sprawdzając współzależności między zagregowanymi danymi indywidualnymi a wymiarami kultur.

Wyniki

Rozkłady zmiennych zależnych dla poszczególnych ocenianych twarzy zaprezentowane są w tabeli 1.

Tabela 1
Ocena inteligencji i szczerości na podstawie ośmiu ocenianych twarzy

Zmienna zależna:	Inteligencja				Szczerość			
	M	*SD*	Skośność	Kurtoza	*M*	*SD*	Skośność	Kurtoza
1	4,60	1,22	−0,47	0,29	4,63	1,18	−0,41	0,21
2	4,20	1,26	−0,12	−0,39	4,42	1,18	−0,19	−0,18
3	4,26	1,29	−0,19	−0,36	4,38	1,24	−0,20	−0,25
4	5,05	1,17	−0,52	−0,10	4,94	1,14	−0,54	0,07
5	5,03	1,12	−0,49	0,03	5,15	1,08	−0,47	0,20
6	5,16	1,21	−0,72	0,47	4,98	1,07	−0,39	0,08
7	4,90	1,15	−0,46	−0,03	4,77	1,09	−0,38	0,02
8	4,96	1,24	−0,52	−0,15	4,84	1,09	−0,46	0,28

Tabela 2
Ocena inteligencji osób uśmiechniętych i nieuśmiechniętych w siedmiu badanych próbach kulturowych

Osoby:	Nieuśmiechnięte		Uśmiechnięte		*d*	*df*	*t*	*p*
	M	*SD*	*M*	*SD*				
Polska	4,57	0,80	4,53	0,93	−0,05	69	0,40	0,67
Niemcy	4,50	0,67	5,18	0,68	1,02	77	9,02	< 0,001
Norwegia	4,75	0,77	4,78	0,75	0,04	86	0,36	0,72
RPA – biali	4,68	0,71	4,75	0,77	0,08	44	0,54	0,59
RPA – nie biali	4,86	0,71	4,86	0,72	−0,00	44	0,01	0,99
USA	4,96	0,80	5,04	0,92	0,10	76	1,06	0,38
Iran	4,77	0,68	4,45	0,87	−0,40	41	2,57	0,01

Uwaga: porównanie średnich wykonane zostało testem *t* dla prób zależnych, a wartości *p* podane są dla istotności dwustronnej.

Tabela 3
Ocena szczerości osób uśmiechniętych i nieuśmiechniętych w siedmiu badanych próbach kulturowych

Osoby:	Nieuśmiechnięte		Uśmiechnięte		*d*	*df*	*t*	*p*
	M	*SD*	*M*	*SD*				
Polska	4,56	0,73	4,97	0,77	0,44	67	3,52	0,001
Niemcy	4,80	0,58	5,15	0,72	0,41	76	3,76	0,001
Norwegia	4,57	0,62	4,96	0,71	0,42	85	3,87	< 0,001
RPA – biali	4,50	0,66	4,90	0,70	0,54	43	3,56	0,001
RPA – nie biali	4,43	0,66	4,78	0,70	0,46	40	2,93	0,006
USA	4,74	0,80	5,08	0,81	0,48	76	4,54	< 0,001
Iran	4,40	0,57	4,47	0,75	0,09	41	0,61	0,55

Uwaga: porównanie średnich wykonane zostało testem *t* dla prób zależnych, a wartości *p* podane są dla istotności dwustronnej.

Tabela 4
Ocena szczerości osób uśmiechniętych i nieuśmiechniętych w siedmiu badanych próbach kulturowych z uwzględnieniem płci osób oceniających

Osoby:	Nieuśmiechnięte		Uśmiechnięte		*d*	*df*	*t*	*p*
	M	*SD*	*M*	*SD*				
Płeć osób oceniających: kobiety								
Polska	4,61	0,76	5,19	0,64	0,60	48	4,25	< 0,001
Niemcy	4,93	0,58	5,55	0,56	0,83	35	4,99	< 0,001
Norwegia	4,58	0,53	5,04	0,57	0,74	50	5,28	< 0,001
RPA – biali	4,53	0,74	5,00	0,72	0,57	20	2,60	0,02
RPA – nie biali	4,50	0,66	4,89	0,78	0,56	23	2,73	0,01
USA	4,52	0,79	4,93	0,77	0,53	26	2,38	0,03
Iran	4,46	0,62	4,58	0,75	0,15	30	0,84	0,41
Płeć osób oceniających: mężczyźni								
Polska	4,44	0,66	4,43	0,82	−0,01	18	0,06	0,95
Niemcy	4,69	0,58	4,80	0,65	0,12	40	0,80	0,43
Norwegia	4,56	0,73	4,83	0,88	0,22	34	1,30	0,20
RPA – biali	4,38	0,55	4,80	0,69	0,51	22	2,46	0,02
RPA – nie biali	4,33	0,65	4,63	0,55	0,34	16	1,42	0,18
USA	4,83	0,79	5,19	0,81	0,52	53	3,88	< 0,001
Iran	4,24	0,37	4,18	0,72	−0,10	10	0,33	0,75

Uwaga: porównanie średnich wykonane zostało testem *t* dla prób zależnych, a wartości *p* podane są dla istotności dwustronnej.

Analizy przeprowadzone na zebranym materiale ujawniły różnice między badanymi próbami w postrzeganiu inteligencji i szczerości osób uśmiechniętych i nieuśmiechniętych (tabele 2 i 3).

W próbie niemieckiej osoby uśmiechnięte zostały ocenione jako dużo inteligentniejsze (wskaźnik d = 1,02) w porównaniu do osób nieuśmiechniętych, w próbach polskiej, amerykańskiej, norweskiej oraz w obu południowoafrykańskich nie stwierdzono takiej prawidłowości, natomiast w próbie perskiej uśmiech ocenianej osoby istotnie obniżał jej postrzeganą inteligencję (wskaźnik d = −0,40).

Uśmiech podwyższał (w porównaniu do braku uśmiechu) oceny szczerości ocenianych osób w analizowanych kulturach z wyłączeniem kultury perskiej, gdzie uśmiech nie wpływał pozytywnie na ocenę szczerości.

Różnica ta była w każdej kulturze istotna statystycznie, choć umiarkowanie silna (0,41 < d < 0,54). Porównanie ocen dokonywanych przez kobiety i mężczyzn nie ujawniło istotnych różnic międzypłciowych w postrzeganiu inteligencji osób uśmiechniętych i nieuśmiechniętych, natomiast różnice istotne pojawiły się w postrzeganiu szczerości takich osób. Tabela 4 przedstawia zebrane dane dotyczące postrzegania szczerości w podziale na płeć osób oceniających. We wszystkich sześciu kulturach, w których uśmiech podnosił oceny szczerości, kobiety postrzegały osoby uśmiechnięte jako bardziej szczere. Efekt ten natomiast zanika dla mężczyzn spoza kultur anglosaskich: mężczyźni w Polsce, Niemczech, Norwegii oraz nie biali mężczyźni w RPA nie postrzegają osób uśmiechniętych jako bardziej szczerych aniżeli osoby nieuśmiechnięte.

Tabela 5

Ocena szczerości i inteligencji osób uśmiechniętych i nieuśmiechniętych w trzech wybranych badanych próbach kulturowych z uwzględnieniem koloru skóry osób ocenianych

Osoby:	Nieuśmiechnięte		Uśmiechnięte		*d*	*df*	*t*	*p*
	M	*SD*	*M*	*SD*				
	Postrzegana inteligencja osób o białym kolorze skóry							
Polska	4,31	0,91	4,49	1,00	0,19	72	1,74	0,09
RPA – biali	4,46	0,84	4,76	0,91	0,27	45	1,84	0,07
RPA – nie biali	4,69	1,02	4,69	0,91	–0,00	46	0,01	0,99
	Postrzegana inteligencja osób o nie białym kolorze skóry							
Polska	4,81	1,05	4,55	1,14	–0,23	70	2,04	0,05
RPA – biali	4,90	0,90	4,80	1,02	–0,08	46	0,55	0,58
RPA – nie biali	5,00	0,87	5,03	1,02	0,03	46	0,18	0,86
	Postrzegana szczerość osób o białym kolorze skóry							
RPA – biali	4,47	0,80	4,74	0,87	0,29	45	1,94	0,06
RPA – nie biali	4,46	0,89	4,63	0,85	0,18	46	1,25	0,22
	Postrzegana szczerość osób o nie białym kolorze skóry							
RPA – biali	4,49	0,76	5,01	0,84	0,52	45	3,53	0,001
RPA – nie biali	4,42	0,97	4,95	0,99	0,41	43	2,69	0,01

Uwaga: porównanie średnich wykonane zostało testem t dla prób zależnych, a wartości p podane są dla istotności dwustronnej. Przedstawione dane dotyczą trzech prób kulturowych, w których wzorzec wyników odbiega od wzorca nieuwzględniającego podziału na kolor skóry osób ocenianych (przedstawionego w tabelach 2 i 3).

Analiza różnic w postrzeganiu inteligencji i szczerości kobiet i mężczyzn jako obiektów postrzegania (w przeciwieństwie do wyżej omówionej analizy różnic międzypłciowych, w których kobiety i mężczyźni byli podmiotami postrzegającymi) nie ujawniła odmiennych wzorców od tych ujawnionych w tabelach 2 i 3.

Analiza różnic w postrzeganiu inteligencji i szczerości osób o białym lub nie białym kolorze skóry w większości przypadków ujawniła identyczny wzorzec wyników do przedstawionego w tabelach 2 i 3, z wyjątkami homogenicznej próby polskiej oraz pochodzących z kraju wysoce heterogenicznego kulturowo obu prób południowoafrykańskich (tabela 5). W próbie polskiej osoby białe zostały ocenione jako inteligentniejsze, gdy były uśmiechnięte (ale tylko na poziomie zbliżonym do tendencji statystycznej), w przeciwieństwie do osób o nie białym kolorze skóry, którym uśmiech odejmował inteligencji w oczach polskich oceniających. W RPA natomiast osoby białe postrzegały inne osoby białe jako bardziej inteligentne, gdy te uśmiechały się (co odbiega od wzorca generalnego z obu kultur południowoafrykańskich, w których uśmiech nie podwyższał ocen inteligencji). Przeciwnie zaś w RPA osoby nie białe nie postrzegały osób białych jako bardziej szczerych, gdy te uśmiechały się (co również odbiega od wzorca generalnego). Zestawiając dwa południowoafrykańskie wyniki ze sobą: biali badani widzieli innych białych jako inteligentniejszych, gdy tamci się uśmiechali, ale z drugiej strony uśmiech białych nie był postrzegany jako oznaka zwiększonej szczerości przez osoby o nie białym kolorze skóry. Zatem w dwóch kulturach współwystępujących w RPA proces postrzegania społecznego jest zależny od koloru skóry zarówno osoby postrzeganej,

Tabela 6

Współczynniki korelacji między miarami postrzeganej inteligencji oraz szczerości osób nieuśmiechniętych i uśmiechniętych w analizowanych kulturach a wymiarami kultur zaproponowanymi przez House'a i współpracowników (2004) oraz Hofstedego (2001)

	Inteligencja		Szczerość	
	Brak uśmiechu	Uśmiech	Brak uśmiechu	Uśmiech
	Wymiary zaproponowane przez Hofstedego			
Dystans władzy	−0,19	−0,77^{+}	−0,57	−0,50
Unikanie niepewności	−0,68	−0,40	−0,03	0,08
Indywidualizm (vs. kolektywizm)	0,42	0,74^{+}	0,73^{+}	0,79^{+}
Męskość (vs. kobiecość)	−0,24	0,27	0,32	0,24
Odległa orientacja czasowa	0,01	−0,34	−0,62	−0,64
	Wymiary praktyk zaproponowane przez House'a i współpracowników			
Asertywność	−0,13	0,95**	0,70	0,73
Kolektywizm instytucjonalny	0,25	−0,33	−0,44	−0,01
Kolektywizm rodzinny	−0,13	−0,81^{+}	−0,67	−0,77^{+}
Orientacja przyszłościowa	0,51	0,58	−0,02	0,05
Równość rodzajowa	−0,01	−0,13	−0,13	0,23
Orientacja humanistyczna	0,82*	−0,16	−0,44	−0,54
Orientacja na wykonanie	0,75^{+}	0,03	−0,38	−0,54
Dystans władzy	−0,65	0,04	0,42	0,12
Unikanie niepewności	−0,23	0,86*	0,55	0,53

Uwaga: korelacja mierzona jest wskaźnikiem *r*-Pearsona, a gwiazdkami i krzyżykami oznaczone są istotności dwustronne.

$^{+}$ $p < 0{,}1$; * $p < 0{,}05$; ** $p < 0{,}01$.

jak i postrzegającej, i zdaje się mieć charakter podtrzymujący stereotypy: obie grupy postrzegają swoich korzystniej aniżeli obcych, choć różnice ujawniły się w odmiennych kategoriach postrzegania.

Analiza zebranych danych na poziomie kultur ujawniła, że wskaźniki postrzegania osób uśmiechniętych i nieuśmiechniętych nie korelowały ze sobą dla ocen inteligencji (r = 0,02), choć taka korelacja była istotna dla ocen szczerości (r = 0,88). Zatem można domniemywać, że kultury odmiennie kształtują postrzeganie inteligencji osób uśmiechniętych i nieuśmiechniętych, podczas gdy postrzeganie szczerości osób uśmiechniętych i nieuśmiechniętych kształtują podobnie. W tabeli 6 przedstawione zostały korelacje między postrzeganiem inteligencji i szczerości osób uśmiechniętych i nieuśmiechniętych a wymiarami praktyk opisanymi w projekcie GLOBE (House i in., 2004) oraz wymiarami kultur opisanymi przez Hofstedego (2001). Oceny inteligencji osób nieuśmiechniętych okazały się korelować z wymiarem orientacji humanistycznej oraz na poziomie tendencji statystycznej z wymiarem orientacji na wykonanie. Natomiast postrzeganie inteligencji osób uśmiechających się okazało się najsilniej związane z wymiarem praktyk asertywności oraz unikania niepewności, a na poziomie tendencji statystycznej z wymiarami indywidualizmu i dystansu władzy (współzależność ujemna). Postrzeganie szczerości wiązało się z wymiarami indywidualizmu, ale tylko na poziomie tendencji statystycznej.

Podsumowując wyniki analizy na poziomie jednostek, oceny inteligencji osób uśmiechniętych i nieuśmiechniętych różniły się od siebie w Niemczech (osoby uśmiechnięte zostały ocenione jako inteligentniejsze), w Iranie (osoby uśmiechnięte zostały ocenione jako mniej inteligentne) i, na poziomie tendencji, w Polsce dla postrzegania osób o nie białym kolorze skóry (osoby uśmiechnięte zostały ocenione jako nieco mniej inteligentne). Oceny szczerości osób uśmiechniętych i nieuśmiechniętych miały w sześciu analizowanych kulturach (wszystkie poza perską) podobny wzorzec wyników: gdy oceniającymi osobami były kobiety, to osoby uśmiechnięte zostały ocenione jako bardziej szczere od osób nieuśmiechniętych. Dla ocen szczerości dokonywanych przez mężczyzn zależność taka występowała tylko w kulturach anglosaskich: w USA oraz w białej próbie RPA. Analiza na poziomie kultur ujawniła istotne współzmienności postrzegania inteligencji tylko z wymiarami praktyk zaproponowanymi przez House'a i współpracowników (2004): oceny inteligencji osób nieuśmiechniętych wiązały się z orientacją humanistyczną, natomiast oceny inteligencji osób uśmiechniętych wiązały się z wymiarem asertywności oraz unikania niepewności.

Dyskusja

Podobieństwo ocen inteligencji osób uśmiechniętych i nieuśmiechniętych w kulturach norweskiej, polskiej, USA i w obu kulturach południowoafrykańskich oraz różnice pojawiające się w tych ocenach w kulturach niemieckiej i perskiej czynią analizowane zjawisko interesującym i pokazują, że procesy postrzegania osób uśmiechniętych mogą być kulturowo zróżnicowane. Wyjaśnień otrzymanych wyników proponujemy szukać w psychologicznym zróżnicowaniu kultur opisanym w badaniach prowadzonych przez Roberta House'a i współpracowników (2004) oraz Geerta Hofstedego (1980, 2001). Na obecnym etapie naszych dociekań zróżnicowanie kultur na wymiarach zaproponowanych w projekcie GLOBE (House i in., 2004) zdaje się potencjalnie lepiej wyjaśniać otrzymane w naszym badaniu zależności od zróżnicowania kultur na wymiarach zaproponowanych przez Hofstedego (2001). Współczynnik korelacji r = 0,95 dla ocen inteligencji osób uśmiechniętych oraz wymiaru praktyk asertywności czyni obiecującą hipotezę, zgodnie z którą kultury wysoko asertywne na wymiarze praktyk kształtują ludzi postrzegających osoby uśmiechnięte jako inteligentne. Konkurencyjna hipoteza wiążąca postrzeganie inteligencji osób uśmiechniętych z kulturowymi wymiarami dystansu władzy (zależność ujemna) oraz indywidualizmu uzyskała słabsze oparcie w naszym badaniu (w przypadku dystansu władzy tylko w oparciu o wymiar zaproponowany przez Hofstedego), choć nadal wydaje się warta rozważania. Hipoteza wiążąca oceny inteligencji osób nieuśmiechniętych z wymiarem praktyk orientacji humanistycznej uzyskała poparcie w istotnej korelacji i wydaje się warta dalszych dociekań. Podobnie wartym dalszej eksploracji zdaje się powiązanie ocen inteligencji osób nieuśmiechniętych z wymiarem orientacji na wykonanie, choć hipoteza ta uzyskała tylko częściowe poparcie w korelacji na poziomie tendencji statystycznej.

Badanie ujawniło różnice w ocenach szczerości osób uśmiechniętych i nieuśmiechniętych dokonywanych przez kobiety i mężczyzn. W sześciu analizowanych próbach (wszystkie próby oprócz perskiej) kobiety oceniały osoby uśmiechnięte – niezależnie od płci osoby ocenianej – jako bardziej szczere. Mężczyźni natomiast nie różnicowali ocen szczerości osób uśmiechniętych i nieuśmiechniętych, a wyjątek stanowili mężczyźni ukształtowani przez kultury anglosaskie uwzględnione w badaniu – mężczyźni w USA oraz biali mężczyźni w RPA. LaFrance, Hecht i Paluck (2003) pokazali, że kobiety uśmiechają się więcej niż mężczyźni (metaanaliza 448 badań; d = 0,41). Przypuszczalnie więc otrzymane w naszym badaniu różnice międzypłciowe we wzorcach ocen

osób uśmiechniętych i nieuśmiechniętych można wiązać z różnicami międzypłciowymi w częstości uśmiechania się. Jednak mechanizm postulowanej współzależności pozostaje nie do końca jasny. Wydaje się, że to częstsze uśmiechanie się kobiet może wpływać na dokonywane przez nie wyższe oceny szczerości osób uśmiechniętych aniżeli nieuśmiechniętych. W tym rozumowaniu można argumentować, że normy społeczne, zgodnie z którymi kobiety uśmiechają się więcej niż mężczyźni, zostały przez kobiety zinternalizowane i dzięki temu ich postrzeganie osób uśmiechniętych jest inne niż w przypadku mężczyzn. Z drugiej jednak strony LaFrance i współpracownicy w swojej metaanalizie wskazują liczne moderatory głównej zależności, a jednym z nich jest czynnik kulturowy. Różnice międzypłciowe w uśmiechaniu się były największe w USA i Kanadzie (LaFrance i in., 2003), co gdyby przyjąć wyżej zaproponowane wyjaśnienie, powinno nasilić w naszym badaniu różnice między płciami w ocenach szczerości osób uśmiechniętych i nieuśmiechniętych w próbie USA (i być może w białej próbie RPA). Jednak w naszym badaniu w próbie USA (i w białej próbie RPA) wzorce ocen dokonywanych przez mężczyzn i kobiety stawały się podobne do siebie (w przeciwieństwie do innych analizowanych kultur), co może stanowić argument podważający zaproponowane wyżej rozumowanie. Niezbędne są dalsze dociekania nad współzależnościami między zachowaniem (częstość uśmiechu), postrzeganiem (ocenianie szczerości osób uśmiechniętych) oraz normami społecznymi związanymi z uśmiechaniem się w kontekście różnic międzypłciowych, ze szczególną uwagą skierowaną na uwarunkowania kulturowe.

Niniejsze badanie pokazało wiele interesujących zjawisk, ale nie jest ono wolne od niedoskonałości. Słabościami prezentowanego badania są relatywnie niewielkie próby oraz ich dobór tylko w społecznościach studenckich. Konieczne wydają się dalsze replikacje w innych niż te populacjach. Istotnym może być też zarzut, że próby studentów z krajów o niskiej i o dużej rozpiętości dochodów (np. Norwegia w porównaniu z RPA) mogą nie być równoważne. Podobnie na charakterystykę populacji studentów, a co za tym idzie na przebadane próby mają wpływ średnie dochody w poszczególnych krajach. Oba zjawiska są naturalnym elementem badań międzykulturowych, jednak przyszłe badania powinny starać się kontrolować te czynniki w analizach. Dla bardziej przekonującego udokumentowania postulowanych współzależności między postrzeganiem społecznym osób uśmiechających się a wymiarami kultur konieczne jest też rozszerzenie badań o kolejne starannie dobrane kultury.

Dalsze badania powinny również pomóc zweryfikować wątpliwości związane z zaproponowanymi wyżej wyjaśnieniami otrzymanych zależności. Alternatywnych wytłumaczeń może dostarczyć zróżnicowanie kultur ze względu na waloryzację społeczną naturalności, autentyczności i odrzucenie reguł uprzejmości (Asselin, Mastron, 2001; Klos Sokol, 1994; Szarota, 2006). Źródłem różnic w postrzeganiu osób uśmiechniętych mogą też być różnice kulturowe w orientacji na stosunki międzyludzkie (Kabasakal, Bodur, 2004; McClelland, 1985), różne kulturowo nasilenie normy optymizmu (Szarota, 2006), różne kulturowo nasilenie normy pesymizmu czy negatywizmu (Wojciszke, Baryła, 2005; Wojciszke, Pieńkowski, Krzykowski, 1995) oraz różnice między kulturami wysokiego i niskiego kontekstu (Hall, 1978; Hall, Hall, 1990). Weryfikacja wyjaśnień wiążących się z wyżej zaproponowanymi charakterystykami kultur byłaby możliwa po zebraniu odpowiednich danych.

Wątpliwa jest również możliwość generalizacji opisanych wyżej wyników na konteksty sytuacyjne inne niż ocena osób przedstawianych na zdjęciach. Na wagę kontekstu w społecznym postrzeganiu uśmiechu zwrócili uwagę między innymi autorzy *Simulation of Smiles Model* (Niedenthal, Mermillod, Maringer, Hess, 2010). Badanie warto byłoby powtórzyć w innych kontekstach, na przykład postrzegania inteligencji i szczerości osób uśmiechniętych w warunkach starania się o pracę czy wpływu uśmiechu osoby podejrzanej o popełnienie przestępstwa na postrzeganie jej prawdomówności przez przedstawicieli wymiaru sprawiedliwości. Pierwsze przeprowadzone przez nas badania pilotażowe oceny tekstu popularnonaukowego, który opatrzono zdjęciem autora uśmiechniętego bądź nie, zdają się potwierdzać modyfikującą rolę kontekstu na związek uśmiechu z postrzeganą inteligencją.

W dotychczasowych badaniach nad uśmiechem stosowano zróżnicowane metody badawcze i wyniki pochodzące z różnych kultur nie były wprost porównywalne. W naszych badaniach zbieraliśmy dane w różnych kulturach w oparciu o ujednoliconą metodę, dzięki czemu mogliśmy łatwo porównać dane z różnych prób. Jednakże nawet w takim przypadku nie jesteśmy w stanie zapewnić, że taka sama metoda była ekwiwalentna dla wszystkich kultur. Niemniej jednak wszystkie próby były próbami studenckimi, co zapewnia choć częściową kontrolę nad czynnikami, takimi jak obycie ze słowem pisanym, z ilustracjami, kwestionariuszami itp.

Podsumowanie

Choć przedstawiona część programu badawczego jest w fazie początkowej, pierwsze, zaprezentowane wyżej wyniki zdają się sugerować, że istnieją znaczące kulturowe różnice w postrzeganiu inteligencji osób

uśmiechniętych. Otrzymane wyniki sugerują również, że istnieją kultury, w których osoba uśmiechająca się może być postrzegana mniej korzystnie od osoby nieuśmiechającej się. Dalsze analizy powinny objąć szerszy zakres dobranych do analizy kultur. Ponadto konieczne wydaje się ukontekstowienie badań.

Czynniki sytuacyjne wpływają na procesy postrzegania, ale to czynniki kulturowe stanowią szerokie ramy dla procesów percepcji. Jesteśmy ukształtowani przez kulturę, w której się wychowaliśmy. W globalizującej się rzeczywistości oraz w obliczu narastającego zróżnicowania etnicznego interakcje społeczne mogą rodzić mniej problemów, jeśli lepiej zrozumiemy wpływ kultury na procesy percepcji. Wniosek ten nabiera szczególnej wagi dla procesów szybkich i automatycznych, a formowanie się wrażenia na podstawie wyglądu twarzy z pewnością do procesów szybkich i automatycznych należy.

Literatura cytowana

Ambady, N., Rosenthal, R. (1992). Thin slices of expressive behavior as predictors of interpersonal consequences: A meta-analysis. *Psychological Bulletin*, *111*, 256–274.

Ambady, N., Rosenthal, R. (1993). Half a minute: Predicting teacher evaluations from thin slices of nonverbal behavior and physical attractiveness. *Journal of Personality and Social Psychology*, *64*, 431–441.

Asselin, G., Mastron, R. (2001). *Au contraire! Figuring out the French*. Yarmouth: Intercultural Press.

Bedford, N., Fallon, S., McAdam, M. (2008). *Lonely Planet – Destination Poland.* Oakland, CA: Lonely Planet Publications.

Bilewicz, M. (2006). Kiedy kontakt osłabia uprzedzenia? Kategoryzacje społeczne i temporalne jako warunki skuteczności kontaktu międzygrupowego. *Psychologia Społeczna*, *8* (2), 63–74.

Cohen, D., Vandello, J., Puente, S., Rantilla, A. (1999). "When you call me that, smile!" How norms for politeness, interaction styles, and aggression work together in southern culture. *Social Psychology Quarterly*, *62* (3), 257–275.

Duchenne, B. (1862/1990). *The mechanisms of human facial expression or an electrophysiological analysis of the expression of emotions*. New York: Cambridge University Press.

Ekman, P. (1992). Facial expressions of emotions: New finding, new questions. *Psychological Science*, *3* (1), 34–38.

Ekman, P. (1994). Strong evidence for universals in facial expressions: A Reply to Russell's mistaken critique. *Psychological Bulletin*, *115* (2), 268–287.

Ekman, P. (2001). *Telling lies: Clues to deceit in the market place, politics, and marriage*. New York: W.W. Norton.

Ekman, P., Davidson, R., Friesen, W. (1990). The Duchenne smile: Emotional expression and brain physiology: II. *Journal of Personality and Social Psychology, 58* (2), 342–353.

Fridlund, A. (1991). Sociality and solitary smiling: Potentiation by an implicit audience. *Journal of Personality and Social Psychology*, *60* (2), 229–240.

Fridlund, A. (1994). *Human facial expression: An evolutionary view.* New York: Academic Press.

Fridlund, A. (2002). The behavioral ecology view of smiling and other facial expressions. W: M. Abel (red.), *An empirical reflection on the smile* (s. 45–82). Lewiston: Edwin Mellen Press.

Frijda, N., Tcherkassof, A. (1997). Facial expressions as modes of action readiness. W: J. Russell, J. Femandez-Dols (red.), *The psychology of facial expression* (s. 78–102). New York: Cambridge University Press.

Gonzaga, G., Keltner, D., Londahl, E., Smith, M. (2001). Love and the commitment problem in romantic relations and friendship. *Journal of Personality and Social Psychology*, *81* (2), 247–262.

Hall, E. (1978). *Ukryty wymiar* (przeł. T. Hołówka). Warszawa: Państwowy Instytut Wydawniczy.

Hall, E., Hall, M. (1990). *Understanding cultural differences: Germans, French and Americans*. Yarmouth: Intercultural Press.

Hall, J., Halberstadt, A. (1986). Smiling and gazing. W: J. Hyde, M. Linn (red.), *The psychology of gender: Advances through meta-analysis* (s. 136–158). Baltimore: Johns Hopkins.

Hess, U., Adams, R., Kleck, R. (2005). Who may frown and who should smile? Dominance, affiliation, and the display of happiness and anger. *Cognition and Emotion*, *19*, 515–536.

Hess, U., Beaupre, M., Cheung, N. (2002). To whom and why – Cultural differences and similarities in the function of smiles. W: M. Abel (red.), *The smile: Forms, functions, and consequences* (s. 187–216). New York: The Edwin Mellen Press.

Hofstede, G. (1980). *Culture's consequences: International differences in work related values*. Beverly Hills: Sage.

Hofstede, G. (2001). *Culture's consequences: Comparing values, behaviors, institutions and organizations across nations*. Thousand Oaks, CA: Sage.

House, R., Hanges, P., Javidan, M., Dorfman, P., Gupta, V. (red.) (2004). *Culture, leadership, and organizations. The GLOBE study of 62 societies.* Thousand Oaks, CA: Sage.

Kabasakal, H., Bodur, M. (2004). Humane orientation in societies, organizations, and leader attributes. W: R. House, P. Hanges, M. Javidan, P. Dorfman, V. Gupta (red.), *Culture, leadership,and organizations* (s. 564–601). Thousand Oaks, CA: Sage.

Keltner, D., Gross, J. (1999). Functional accounts of emotions. *Cognition and Emotion*, *13* (5), 467–480.

Klos Sokol, L. (1997). *Shortcuts to Poland*. Warszawa: IPS Wydawnictwo.

Krumhuber, E., Manstead, A., Cosker, D., Marshall, D., Rosin, P., Kappas, A. (2007). Facial dynamics as indicators of trustworthiness and cooperative behavior. *Emotion*, *7*, 730–735.

LaFrance, M., Hecht, M., Paluck, E. (2003). The contingent smile: A meta-analysis of sex differences in smiling. *Psychological Bulletin*, *129*, 305–334.

Lau, S. (1982). The Effect of Smiling on person perception. *Journal of Social Psychology*, *117*, 63–67.

Leung, A., Cohen, D. (2011). Within- and between-culture variation: Individual differences and the cultural logics of honor,

face, and dignity cultures. *Journal of Personality and Social Psychology*, *100*, 507–526.

Łączyńska, M. (2005). *Czy warto się uśmiechać? Atrybucje związane z uśmiechem w kulturze polskiej*. Niepublikowana praca magisterska, Szkoła Wyższa Psychologii Społecznej, Wydział Psychologii, Warszawa.

Maringer, M., Fischer, A., Krumhuber, E., Niedenthal, P. (2011). Beyond smile dynamics: Mimicry and beliefs in judgments of smiles. *Emotion*, *11* (1), 181–187.

Matsumoto, D., Kudoh, T. (1993). American-Japanese cultural differences in attributions of personality based on smiles. *Journal of Nonverbal Behavior*, *17*, 231–243.

Matsumoto, D., Yoo, S., Fontaine, J. (2009). Hypocrisy or maturity? Culture and context differentiation. *European Journal of Personality*, *23*, 1–14.

Matsumoto, D., Yoo, S., Nakagawa, S. (2008). Culture, emotion regulation, and adjustment. *Journal of Personality and Social Psychology*, *94*, 925–937.

McClelland, D. (1985). *Human motivation*. Glenview: Scott & Foresman.

Mehu, M., Dunbar, R. (2008). Naturalistic observations of smiling and laughter in human group interactions. *Behaviour*, *145*, 1747–1780.

Miles, L. (2009). Who is approachable? *Journal of Experimental Social Psychology*, *45*, 262–266.

Miles, L., Johnston, L. (2007). Detecting happiness: Perceiver sensitivity to enjoyment and non-enjoyment smiles. *Journal of Nonverbal Behavior*, *31*, 259–275.

Minear, M., Park, D. (2004). A lifespan database of adult facial stimuli. *Behavior Research Methods, Instruments, & Computers*, *36*, 630–633.

NAV EURES (2010). *Życie i praca w Norwegii.* Oslo: NAV EURES.

Niedenthal, P., Mermillod, M., Maringer, M., Hess, U. (2010). The Simulation of Smiles (SIMS) Model: A window to general principles in processing facial expression. *Brain and Behavioural Sciences*, *33* (6), 417–433.

Otta, E., Abrosio, F., Hoshino, R. (1996). Reading a smiling face: Messages conveyed by various forms of smiling. *Perceptual and Motor Skills*, *82* (3), 1111–1121.

Otta, E., Lira, B., Delevati, N., Cesar, O., Pires, C. (1993). The effect of smiling and of head tilting on person perception. *Journal of Psychology: Interdisciplinary and Applied*, *128* (3), 323–331.

Owren, M., Bachorowski, J. (2001). The evolution of emotional experience: A "selfish-gene" account of smiling and laughter in early hominids and humans. W: T. Mayne, G. Bonanno (red.), *Emotions: Current issues and future directions* (s. 152–191). New York: Guilford Press.

Palmer, M., Simmons, K. (1995). Communicating intentions through nonverbal behaviors: Conscious and nonconscious encoding of liking. *Human Communication Research*, *22* (1), 128–160.

Reis, H., McDougal Wilson, I., Monestere, C., Bernstein, S., i in. (1990). What is smiling is beautiful and good. *European Journal of Social Psychology*, *20* (3), 259–267.

Scharlemann, J., Eckel, C., Kacelnik, A., Wilson, R. (2001). The value of a smile: Game theory with a human face. *Journal of Economic Psychology*, *22* (5), 617–640.

Schmidt., K., Ambadar, Z., Cohn, J., Reed, L. (2006). Movement differences between deliberate and spontaneous facial expressions: Zygomaticus major action in smiling. *Journal of Nonverbal Behavior*, *30* (1), 37–52.

Shaw, R., Kinsell-Shaw, J. (2007). Could optical "pushes" be inertial forces? A geometro-dynamical hypothesis. *Ecological Psychology*, *19*, 305–320.

Szarota, P. (2006). *Psychologia uśmiechu. Analiza kulturowa.* Gdańsk: Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne.

Szarota, P. (2009). Polaków zmagania z uśmiechem. W: U. Jakubowska, K., Skarżyńska (red.), *Między przeszłością a przyszłością szkice z psychologii politycznej* (s. 143–156). Warszawa: Wydawnictwo Instytutu Psychologii PAN.

Szarota, P. (2011). *Smile: A user's manual*. Barcelona: Editorial Aresta.

Tajfel, H. (1981). *Human groups and social categories*. Cambridge: Cambridge University Press.

Todorov, A. (2009). Evaluating faces on social dimensions. W: A. Todorov, S. Fiske, D. Prentice (red.), *Social neuroscience: Toward understanding the underpinnings of the social mind* (s. 54–76). New York: Oxford University Press.

Tuk, M., Verlegh, P., Smidts, A., Wigboldus, D. (2009). Interpersonal relationships moderate the effect of faces on person judgments. *European Journal of Social Psychology*, *39* (5), 757–767.

Vrticka, P., Andersson, F., Sander, D., Vuilleumier, P. (2009). Memory for friends and foes: The social context of past encounters with faces modulates their subsequent neural traces in the brain. *Social Neuroscience*, *4* (5), 384–401.

Wojciszke, B. (2005). Affective concominants of information on morality and competence. *European Psychologist*, *10* (1), 60–70.

Wojciszke, B. (2010). *Sprawczość i wspólnotowość. Podstawowe wymiary spostrzegania społecznego.* Gdańsk: Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne.

Wojciszke, B., Baryła, W. (2005). Kultura narzekania, czyli o psychicznych pułapkach ekspresji niezadowolenia. W: M. Drogosz (red.), *Jak Polacy przegrywają? Jak Polacy wygrywają?* (s. 35–52). Gdańsk: Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne.

Wojciszke, B., Pieńkowski, R., Krzykowski, G. (1995). Polska norma negatywnego myślenia o świecie społecznym. *Kolokwia Psychologiczne*, *4*, 23–41.

Young, D., Beier, E. (1977). The role of applicant nonverbal communication in the employment interview. *Journal of Employment Counselling*, *14* (4), 154–165.

Only the stupid smile at strangers? Analysis of cultural differences in social perception of intelligence and honesty of smiling individuals

Kuba Kryś[1], Karolina Hansen[2]

[1] *Institute of Psychology, Polish Academy of Science*
[2] *Faculty of Psychology, University of Warsaw*

Abstract

Studies on social perception reveal that on many dimensions smiling individuals are perceived more positively in comparison to non-smiling individuals. However, in the current research we claim that this relationship is not always positive and it can depend also on culture and its dimensions such as individualism-collectivism or assertiveness. Experiment carried out in six countries (Poland, Germany, Norway, Iran, the USA, and South Africa) showed that in collectivistic and non-assertive cultures smiling people may be perceived less favorably than non-smiling people. We compared ratings of intelligence and honesty made by participants viewing photos of smiling and non-smiling people. The results showed that smiling people in Germany were seen as more intelligent and in Iran as less intelligent than people without a smile. Moreover, in all countries except Iran smiling people were seen as more honest than non-smiling people. We discuss the obtained results in the context of differences between cultures described by House et al. (2004) and by Hofstede (2001).

Keywords: *smile*, *social perception*, *intelligence*, *honesty*, *culture*

Złożono: 9.05.2012
Złożono poprawiony tekst: 2.09.2012/29.09.2012/4.01.2013
Zaakceptowano do druku: 4.01.2013