

Samoświadomość jako moderator wpływu dokonanej autoprezentacji na percepcję siebie po podjęciu decyzji w grze „dyktator”*

Self-consciousness as a moderator of the impact of self-presentation on self-perception after making a decision in the dictator game

Jakub Kuś

Agata Gąsiorowska

SWPS Uniwersytet Humanistycznospołeczny, II Wydział Psychologii we Wrocławiu,
jkus@swps.edu.pl, agasiorowska@swps.edu.pl

Streszczenie:

Badania pokazują, że w odpowiednich warunkach nawet wymuszona autoprezentacja może doprowadzić do zmian w samowiedzy. Ważną rolę w tej relacji odgrywa kilka czynników, w tym m.in. poziom samoświadomości. Celem eksperymentu było sprawdzenie, czy dojdzie do zmiany percepcji siebie w kierunku zgodnym z narzuconą autoprezentacją podczas podejmowania decyzji w grze „dyktator” (DG). Badani zostali poproszeni o to, aby podczas gry zachowywali się (1) jak osoby altruistyczne (cecha powiązana z zachowaniem w DG), (2) jak osoby komunikatywne (cecha niepowiązana z zachowaniem w DG), (3) naturalnie (grupa kontrolna). Wyniki pokazały, że osoby z grupy altruizmu w pomiarze dokonywanym po zakończeniu badania oceniały się

jako najbardziej altruistyczne w porównaniu z osobami z pozostałych grup. Internalizacja cechy była tym silniejsza, im bardziej nasilone było wcześniejsze zachowanie prospołeczne. Wykazano także, że internalizacja cechy była tym silniejsza, im wyższy był poziom samoświadomości publicznej. Wyniki te wskazują na istotną rolę samoświadomości w kontekście zmian w percepcji siebie zgodnej z dokonaną autoprezentacją.

Słowa kluczowe: samoświadomość, autoprezentacja, altruizm, gra „dyktator”.

Abstract:

Research shows that under certain conditions even forced self-presentation may lead to changes

* Praca naukowa finansowana ze środków Uniwersytetu SWPS, II Wydziału Psychologii we Wrocławiu jako projekt naukowy BST/WROC/2016/3 przyznany Agacie Gąsiorowskiej oraz ze środków Uniwersytetu SWPS, II Wydziału Psychologii we Wrocławiu jako projekt naukowy BST/WROC/2016/B/4 przyznany Jakubowi Kusiowi.

in self-knowledge. Several factors play an important role in this relationship, the level of self-consciousness being one of them. The purpose of our experiment was to test whether the self-presentation made while playing the dictator game (DG) would change self-perception in a direction consistent with such self-presentation. The participants were asked to behave (1) as altruistic people (a trait associated with behaviour in the DG), (2) as communicative people (unrelated to DG behavior), and (3) in a natural way (control group). The results show that the people from the "altruism group" rated themselves the most altruistic of the three groups. The higher the level of prosocial behaviour grew in the DG, the stronger was the internalisation of that trait. We also demonstrated that the internalisation of prosocial behaviour was stronger when the level of public self-consciousness was higher. These results indicate the important role self-consciousness plays in the context of changes in perception of self, as self-presentation would suggest.

Keywords: self-consciousness, self-presentation, altruism, dictator game

1. Wprowadzenie

Zarówno wyniki badań psychologicznych, jak i potoczna wiedza na temat natury ludzkiej wskazują, że to, co ludzie wiedzą o samych sobie, może w toku życia ulegać istotnym zmianom i przeobrażeniom. Samowiedza człowieka zależy od wielu czynników, pozostających niekiedy w skomplikowanych interakcjach (Dymkowski, 1993, 1996). Mimo dużej wiedzy na ten temat pozostaje kilka istotnych pytań, na które współczesna psychologia wciąż poszukuje odpowiedzi: w jakich sytuacjach jednostka zaczyna postrzegać siebie samą w inny sposób, niż robiła to wcześniej? czy można wskazać konkretne cechy psychologiczne, które w pewnych

sytuacjach sprzyjają zmianom w samowiedzy? W projekcie badawczym prezentowanym w niniejszym artykule podjęto próbę odpowiedzi na te pytania na podstawie wyników eksperymentu, w którym sprawdzano, czy zachowanie się w grze „dyktator” zgodnie z narzuconą autoprezentacją wpłynie na analogiczną zmianę percepcji siebie oraz w jakim stopniu efekt ten zależy od poziomu samoświadomości publicznej i prywatnej.

2. Samowiedza a internalizacja autoprezentacji

2.1. Źródła samowiedzy jednostki

Analizując rozmaite sposoby kształtowania wiedzy o sobie samym, można je ogólnie podzielić na dwie kategorie: wnioskowanie z autoobserwacji oraz z obserwowania reakcji innych ludzi na nasze zachowania. Większość osób za najbardziej diagnostyczny uznaje ten pierwszy, introspekcyjny sposób pozyskiwania informacji o sobie (m.in. Andersen, Ross, 1984; Dymkowski, 1996; Schoeneman, 1981). Inaczej mówiąc, ludzie zwykle wierzą, że są najlepszymi znawcami samych siebie, a ich samowiedza jest najbardziej trafna i przystająca do rzeczywistości. M. Kofta i D. Doliński (2000) określają to zjawisko terminem „zasady uprzywilejowanego dostępu”, która zakłada, że dana osoba ma bezpośredni dostęp do własnych procesów psychicznych, zaś inni ludzie mogą jedynie wnioskować o tych procesach na podstawie zewnętrznej obserwacji. Taka sytuacja wiąże się jednak z rozmaitymi „pokusami” interpretowania własnego zachowania i określania jego przyczyn w sposób niekiedy fałszywy, ale jednocześnie przeprowadzony w taki sposób, aby np. ochronić poczucie własnej wartości.

Obszerna metaanaliza przeprowadzona przez R.E. Nisbetta i T.D. Wilsona (1977) wykazała, że w wielu przypadkach wgląd w wyższe, bardziej zaawansowane procesy psychiczne bywa bardzo niewielki lub może nie być go wcale. Do tej kategorii Nisbett i Wilson (1977) zaliczyli m.in. podejmowanie trudnych decyzji czy rozwiązywanie skomplikowanych problemów. Autorzy ci wskazują ponadto, że ludzie często nie uświadamiają sobie zmian, jakie zachodzą w ich postawach czy zachowaniu, ani tego, jakie konkretne bodźce do tych zmian doprowadziły. Do podobnych wniosków dochodzili także inni badacze zajmujący się tematyką samopoznania (np. Dymkowski, 1993, 1996; Wojciszke, 1980). S. Ossowski (2000) metaforycznie porównuje osobę dokonującą introspekcji do kogoś, kto sam próbuje sobie zrobić zdjęcie trzymanym w dłoni aparatem – łatwo może wtedy dojść do rozmaitych karykaturalnych skrzywień takiego obrazu. Podkreśla, że „gdą charakteryzuję sam siebie, niezmiernie trudno zdawać sobie sprawę, gdzie kończy się szczerłość, a gdzie zaczyna się stwarzanie fikcji o sobie samym lub konstruowanie własnej osobowości” (Ossowski 2000, s. 23).

Podobne wnioski wysnuli O.P. John i R.W. Robins (1994). Na podstawie wyników badań stwierdzili, że osoby bliskie, które dobrze znają i obserwują jednostki w różnych życiowych sytuacjach, mogą posiadać bardziej rzetelną i dokładną wiedzę na temat tychże jednostek od tej, którą mają same o sobie. Autorzy ci wskazują, że główną przyczyną takiego stanu rzeczy jest to, że bliscy – jako obserwatorzy – nie muszą konfrontować się z licznymi barierami emocjonalno-motywacyjnymi (takimi jak np. tendencja egotystyczna) oraz nakierowanymi na „ja” deformacjami poznawczymi. Jak zwraca uwagę M. Dymkowski (1996, s. 14), człowiek „okazuje się często osobliwie leniwym badaczem własnej

osoby, narażonym na relatywnie małą efektywność samopoznawania”.

2.2. Modyfikacja samowiedzy w wyniku autoprezentacji

Najważniejsze pytania, na które autorzy starają się znaleźć odpowiedź w niniejszym artykule, dotyczą tego, czy samowiedza człowieka może się zmienić po zachowaniu się w konkretny, narzucony sposób oraz co takim ewentualnym zmianom może sprzyjać. Wielu badaczy wskazuje, że odgrywanie pewnych ról społecznych może mieć zaskakująco duży wpływ na to, jak dana osoba myśli o sobie. Dymkowski (1996, s. 24) podkreśla, że „czasami bywa i tak, że intencjonalnie przywdziewana maska, z którą jednostka zaczyna się następnie utożsamiać, przestaje być przez nią odbierana jako maska”. Najciekawszy wydaje się w tym kontekście właśnie ten moment, kiedy dokonuje się internalizacja autoprezentacji i dana osoba zaczyna postrzegać swoje zachowanie nie tylko jako pewien „publiczny spektakl”, ale jako wyrażanie samej siebie.

Jedno z pierwszych badań w tym nurcie przeprowadzili E.E. Jones, F. Rhodewalt, S. Berglas i J.A. Skelton (1981). Część osób badanych w ich eksperymencie miała za zadanie autoprezentować się publicznie w sposób negatywny, część w pozytywny. Manipulowano także spostrzeganą swobodą wyboru publicznie prezentowanego zachowania. Wyniki tych badań pokazały, że po przejściu procedury eksperymentalnej samowartościowanie badanych zmieniało się stosownie do odgrywanej roli – osoby, które były prośzone o autoprezentację pozytywną, postrzegały się *post factum* bardziej pozytywnie, zaś prośzone o autoprezentację negatywną postrzegały się bardziej negatywnie w porównaniu z badanymi z innych grup, w których o taką autoprezentację

nie proszono. Co jednak jest szczególnie istotne, efekt ten występował tylko wtedy, gdy badani mieli swobodę wyboru zachowania.

Podobne wyniki uzyskała w swoim badaniu D.M. Tice (1992) – poczucie swobody zachowania było kluczowe dla pojawiania się mechanizmów internalizacji autoprezentacji. R.H. Fazio, E.A. Effrein i V.J. Falender (1981) także wykazali, że odegranie pewnej roli (w tym przypadku: osoby ekstrawertycznej lub introwertycznej) może prowadzić do stosownej zmiany myślenia o sobie zgodnie z podjętą autoprezentacją. B.R. Schlenker, D.W. Długolecki i K. Doherty (1994) stwierdzają ponadto, że badani, u których doszło do internalizacji autoprezentacji (osoby towarzyskiej), w kolejnych sytuacjach przypominali sobie bardziej pozytywne doświadczenia z przeszłości powiązane z odgrywaną rolą w porównaniu z osobami z badanych grup, w których nie proszono o odgrywanie przypisanej roli. K. Madeja-Bień (2012) zwraca uwagę, że na podstawie tych i innych badań można stwierdzić, że w pewnych warunkach może dochodzić do dostosowawczych przekształceń samowiedzy po dokonanej autoprezentacji. Autorka ta podkreśla jednak, że „zmiany zgodne z kierunkiem dokonanych autoprezentacji pojawiały się głównie w zakresie samoocen odniesionych treściowo do zaprezentowanych wystąpień” (Madeja-Bień, 2012, s. 45). Okazuje się więc, że nawet wymuszone procedurą eksperymentalną odegranie pewnej roli – niezależnie od tego, jak badani oceniali siebie naprawdę pod względem prezentowanej cechy – może doprowadzić do tego, że będą oni oceniali siebie samych po autoprezentacji jako osoby faktycznie daną cechę posiadające.

W kontekście rozważań nad psychologicznymi mechanizmami, które mogą doprowadzić do internalizacji autoprezentacji, warto przywołać dwie klasyczne teorie psychologii społecznej wy-

jaśniające zmiany w samowiedzy człowieka: teorię dysonansu poznawczego L. Festingera (1954) oraz teorię autopercepcji D.J. Bema (1972).

Teoria dysonansu poznawczego zakłada, że ludzie dążą do spójności pomiędzy swoimi różnymi przekonaniami na dany temat oraz do zgodności pomiędzy poglądami a zachowaniem. Jeżeli na którymś z tych etapów pojawia się sprzeczność, to można mówić wtedy o wystąpieniu dysonansu poznawczego. Co szczególnie istotne, stan dysonansu jest stanem nieprzyjemnym, motywującym do znalezienia przyczyny jego pojawienia się i jej usunięcia (Festinger, 1954). Dymkowski (1996) zwraca uwagę, że teoria dysonansu poznawczego może wyjaśniać internalizację autoprezentacji wtedy, kiedy jest ona niespójna z dotychczasową samowiedzą. Analizując tę teorię w kontekście internalizacji dokonanej autoprezentacji, Madeja-Bień (2012, s. 50) podkreśla, że zapewnienie badanym swobody zaangażowania się w prezentację zachowania niezgodnego z przekonaniami o sobie jest kluczowe dla wystąpienia internalizacji tego zachowania.

Drugą z koncepcji wyjaśniających postauto-prezentacyjne zmiany w samowiedzy jest teoria autopercepcji Bema (1972). Zakłada ona, że zdobywanie informacji o sobie samym może zachodzić *post factum* z podjętego zachowania, ale tylko wtedy gdy wewnętrzne wskazówki są słabe, niejednoznaczne i trudne do interpretacji. Innymi słowy, kiedy dana osoba nie ma wiedzy dotyczącej tego, jak postąpić w danej sytuacji, to będzie myślała o sobie w sposób zgodny ze specyfiką swojego zachowania. Jak podkreśla Bem (1972), ludzie wnioskujeją o swoich cechach w wyniku obserwacji samych siebie. Jones i współpracownicy (1981) zwracają uwagę, że podczas modyfikacji samowiedzy na podstawie mechanizmów autopercepcji pojawić się może tzw. zdeformowane przeszukiwanie (*biased*

scanning), którego efektem będzie właśnie dostosowawcza zmiana samowiedzy w kierunku zgodnym z podjętą autoprezentacją. Koncepcja ta zakłada, że podczas odgrywania danej roli sytuacyjnie wzrasta pamięciowa dostępność informacji zgodnych z zademonstrowanym zachowaniem, co sprzyja dopasowywaniu do niego swoich wcześniejszych przekonań. Jones i współpracownicy (1981) podkreślają jednak, że do zdeformowanego przeszukiwania pamięci może dojść jedynie wtedy, kiedy prezentowane zachowanie jest względnie zgodne z dotychczasową samowiedzą.

Porównując obydwie teorie, można stwierdzić, że kiedy sytuacja jest niejasna, a dane zachowanie nie wymaga od jednostki działania niespójnego z jej dotychczasowym wizerunkiem własnym, to mechanizm zmiany w samowiedzy będzie odpowiadał raczej modelowi autopercepcji niż mechanizmowi dysonansu poznawczego (Dymkowski, 1996). W takiej sytuacji przekonania na własny temat mogą ulec jedynie niewielkim, dostosowawczym przekształceniom. Jeśli natomiast dokonana autoprezentacja jest znacząco różna od tego, co dana osoba myśli na swój temat, lub prezentowana cecha leży poza obszarem jej akceptacji, to mechanizmy odpowiedzialne za internalizację będą opierały się bardziej na teorii dysonansu poznawczego. Co jednak istotne, w obu przypadkach kluczem dla wystąpienia internalizacji autoprezentacji jest postrzegana swoboda zachowania, a przynajmniej – swoboda środków wyrazu, które wykorzystuje osoba badana podczas wykonywania instrukcji w eksperymencie.

2.3. Czynniki sprzyjające internalizacji autoprezentacji

Wyniki dotychczas przeprowadzonych badań pokazują, że można określić kilka czyn-

ników, które dodatkowo wpływają na stopień internalizacji odgrywanej roli. Najważniejszym z nich jest to, aby było to zachowanie dokonane, a nie jedynie zaplanowane czy wyobrażone (Cisek, 2003; Dymkowski, 2000; Dymkowski, Cisek, 1998). Jak wskazuje S. Cisek (2003), jeżeli dana osoba będzie tylko spodziewać się tego, że będzie musiała dokonać autoprezentacji posiadania jakiejś cechy, to może nie dojść do pojawienia się procesu zdeformowanego przeszukiwania (*biased scanning*), w trakcie którego autopreterter wyszukuje w swojej pamięci podobne sytuacje oraz specyfikę swojej reakcji (por. Jones i in., 1981).

Kolejny z tych czynników dotyczy tego, że aby mogło dojść do internalizacji, autoprezentacja powinna odbyć się w warunkach publicznych, czyli w obecności innych osób – obserwatorów (Cisek, 2003; Leary, 1999; Tice, 1992). M. Leary (1999) podkreśla, że motywacja do wywarcia przez autoprezentację konkretnego wrażenia jest znacznie wyższa w warunkach publicznych, ponieważ konsekwencje społeczne zachowań publicznych są znacznie większe niż zachowań prywatnych. Myśl ta stanowi rozwinięcie wcześniejszych badań Fazio i współpracowników (1981) oraz Tice (1992), którzy wykazali, że zachowanie publiczne wywiera większy wpływ na samowiedzę danej osoby niż zachowanie prywatne.

W serii przeprowadzonych eksperymentów Tice (1992) prosiła badanych o dokonanie autoprezentacji, to jest „odegranie” osoby posiadającej pewną cechę psychologiczną, taką jak np. ekstrawersja czy stabilność emocjonalna. Niezależnie od tego, jaką cechę autoprezentowali badani, jej internalizacja była istotnie wyższa w warunkach publicznych niż w warunkach prywatnych. Co istotne, internalizację cechy odegranej w warunkach publicznych zaobserwowano nie tylko wtedy, gdy była ona mierzona

kwestionariuszowo już po tym, jak uczestników poinformowano o zakończeniu badania, ale także – gdy używano wskaźników behawioralnych. Przykładowo badani poproszeni o zachowywanie się w sposób ekstrawertyczny siadali w kolejnym (rzekomo niezależnym) badaniu znacznie bliżej innych ludzi i częściej zaczęli z nimi rozmowę w porównaniu z osobami, które proszono o „odegranie” innej cechy.

Jak wspomniano już wcześniej, ważnym czynnikiem sprzyjającym internalizacji dokonanej autoprezentacji jest swoboda środków wyrazu. Schlenker i Weigold (1990) stwierdza, że do uwewnętrznienia autoprezentacyjnego wizerunku dojdzie przede wszystkim wtedy, kiedy jednostka będzie miała poczucie, że to, jak przebiegło dane zachowanie, stanowiło jej wolny wybór. Nawet jeżeli dana osoba zostanie poproszona o zaprezentowanie się np. w sposób ekstrawertyczny, to internalizacja będzie tym silniejsza, im większą będzie miała swobodę choćby w doborze słów czy zachowań, które mają wywrzeć efekt autoprezentacyjny. Podobne wyniki uzyskała w swoich badaniach Cisek (2003) – również w przypadku przeprowadzonych przez tę autorkę eksperymentów swoboda wypowiedzi była kluczowa dla internalizacji autoprezentacji. F. Rhodewalt i S. Agustsdottir (1986) zwracają także uwagę, że swoboda środków wyrazu jest czynnikiem szczególnie istotnym w przypadku internalizacji autoprezentacji negatywnej – dojsć do niej może tylko wtedy, kiedy swoboda środków wyrazu jest zapewniona.

Warto zwrócić uwagę także na kwestię różnic indywidualnych mogących mieć wpływ na stopień zinternalizowania podjętej autoprezentacji. Jednym z wymiarów osobowościowych powiązanych z tym mechanizmem jest obserwacyjna samokontrola zachowania (*self-monitoring*, Snyder, 1974). Można określić dwa bieguny tego wymiaru: pragmatyzm (wysoka obserwa-

cyjna samokontrola) oraz pryncypializm (niska obserwacyjna samokontrola). Podstawowa różnica pomiędzy pragmatykami a pryncypialistami dotyczy istoty tego, w jakim celu autoprezentują się przed innymi ludźmi. Jak podkreśla B. Wojciszke (2011), osoby pryncypialne traktują zachowanie jako środek do wyrażania swoich myśli i poglądów – niezależnie od tego, jakie one są, pragmatycy zaś będą manipulowali wywieranym wrażeniem tak, aby uzyskać jak największą aprobatę otoczenia. A. Szmajke (1995) wykazał, że pragmatycy charakteryzują się znacznie słabszą zgodnością swojego rzeczywistego zachowania z odpowiedziami udzielanymi w kwestionariuszach psychologicznych. Co szczególnie istotne, osoby o wysokiej obserwacyjnej samokontroli zachowania są często bardziej lubiane od pryncypialistów (Szmajke, 1995). Podejmowana przez nich autoprezentacja jest zatem skuteczna.

Tice (1992) wykazała, że w przypadku autoprezentacji dokonanej w warunkach publicznych pragmatycy internalizowali ją znacznie silniej niż pryncypialiści. Zjawisko to dotyczyło jednak tylko autoprezentacji pozytywnych, natomiast w przypadku autoprezentacji negatywnej to pryncypialiści bardziej dostosowawczo modyfikowali swoją samowiedzę po jej dokonaniu. Można więc wnioskować, że osoby o wysokiej obserwacyjnej samokontroli, a więc pragmatycy, z większym prawdopodobieństwem internalizują te wizerunki, które nie odbiegają znacząco od ich koncepcji „ja”, podczas gdy osoby o niskiej obserwacyjnej samokontroli, a więc pryncypialiści, są bardziej podatni na internalizację nieprzystającą do nich autoprezentacji (Madeja-Bień, 2012).

Innym aspektem osobowości, który ma związek ze stopniem internalizacji autoprezentacji, jest samoświadomość. C. Carver i M. Scheier (1981) wyróżniają dwa jej rodzaje: publiczną

i prywatną. Prywatna samoświadomość, podobna do pryncypializmu z teorii obserwacyjnej samokontroli zachowania M. Snydera (1974), jest ukierunkowana na wewnętrzne normy, przekonania i postawy oraz manifestowanie ich w swoim zachowaniu (Carver, Scheier, 1981; Szmajke, 1999). Publiczna samoświadomość jest z kolei, jak podkreśla Dymkowski (1996), cechą niejako pokrewną pragmatyzmowi – osoby o jej wysokim poziomie kierują swoją uwagę przede wszystkim na innych ludzi, zastanawiając się, jak są przez nich oceniani, oraz starannie kontrolując wywierane wrażenie. Wojciszke (2011) podkreśla również, że wysoka publiczna samoświadomość jest powiązana z silną potrzebą aprobaty społecznej. Można zatem oczekiwać, że procesom internalizacji autoprezentacji dokonanej w warunkach publicznych w znaczący sposób sprzyja wysoki poziom samoświadomości publicznej, nie powinny one jednak zależeć od poziomu samoświadomości prywatnej.

Warto podkreślić także, że osoby o wysokiej publicznej samoświadomości są szczególnie wyczulone na to, aby zachować spójność prezentowanych wizerunków w oczach tych samych widzów (Dymkowski, 1996). Aby więc sprawdzić, czy rzeczywiście doszło do zinternalizowania autoprezentacji, należy to zrobić z maksymalnym zachowaniem rozdzielania percepcyjnego – badany musi mieć poczucie, że definitywnie zakończył już „właściwe” badanie i nie musi dalej odgrywać narzuconej mu wcześniej roli. Najskuteczniejszym sposobem na spełnienie tego warunku jest dokonanie pomiaru zmiennych zależnych w innym pomieszczeniu, w trakcie rzekomo odrębnego i niezależnego badania (tak też uczyniono w trakcie realizacji niniejszego eksperymentu).

3. Hipotezy badawcze i schemat eksperymentalny

Opierając się na wynikach badań opisanych we wcześniejszej części artykułu, założono, że kluczowe dla wystąpienia efektu internalizacji autoprezentacji jest to, by osoba dokonująca takiej autoprezentacji miała możliwość podjęcia zachowania zgodnego z narzuconą, autoprezentowaną cechą, przy czym zachowanie to powinno być stosunkowo dobrowolne.

Poniżej przedstawiono przyjęte hipotezy badawcze.

Hipoteza 1: Jeśli osoba podejmie zachowanie autoprezentacyjne zgodne z pewną cechą, to będzie sobie przypisywała później posiadanie tej cechy silniej niż osoba, która nie będzie mieć możliwości podjęcia autoprezentacji zgodnej z określoną cechą lub która w ogóle nie będzie zmotywowana do autoprezentacji.

W związku z tym przeprowadzono eksperyment w schemacie międzyobiektywnym z trzema grupami eksperymentalnymi. W pierwszej grupie eksperymentalnej poproszono, aby uczestnicy prezentowali się w dalszej części badania jako osoby altruistyczne, w grupie drugiej – jako osoby komunikatywne, a w grupie trzeciej (kontrolnej) nie narzucano żadnej cechy, prosząc o naturalne zachowanie. Następnie osobom biorącym udział w eksperymencie dano możliwość zachowania altruistycznego, wykorzystując do tego celu grę ekonomiczną „dyktator”. Twórcami tej gry są D. Kahneman, J.L. Knetsch i R.H. Thaler (1986), którzy w swoich oryginalnych badaniach prosili studentów, by wybrali jeden z dwóch sposobów podziału między siebie i drugiego, anonimowego gracza: równy podział 20 dolarów (po 10 dolarów dla każdego) lub podział nierówny, w którym sami zatrzymywali 18 dolarów, a drugiej osobie przekazywali jedynie 2 dolary. 76% uczestników ekspe-

rymentu wybrało opcję pierwszą. Od czasu tej publikacji gra „dyktator” ewoluowała do swojej obecnej postaci, w której jeden uczestnik (dyktator) otrzymuje pewną ilość zasobu (zwykle są to pieniądze) i może go w dowolny sposób podzielić między siebie i drugiego, anonimowego gracza (odbiorcę). Ponieważ odbiorca nie może odrzucić oferty dyktatora, nie ma też zwykle możliwości udzielenia jakiegokolwiek zwrotnej informacji, to z racjonalnego punktu widzenia dyktator powinien zatrzymać całą pulę dla siebie. W związku z tym przesłanie jakiegokolwiek kwoty w opisywanej grze traktowane jest jako miara czystego altruizmu (Kahneman i in., 1986), a wysokość przesłanej puli można traktować jako wskaźnik natężenia tej cechy. Co istotne z punktu widzenia przeprowadzanego eksperymentu, osoby grające w grę „dyktator” charakteryzują się dużą wariancją przesyłanych kwot. Jak wskazuje metaanaliza przeprowadzona na podstawie 28 badań wykorzystujących grę „dyktator” przez Camerera (2003), zwykle co najmniej 60% przesyła jakąkolwiek część puli do odbiorcy, średnia minimalna oferta to 10%, maksymalna – 52%, a średni transfer wynosi ok. 20% wyjściowej puli (Camerer, 2003). Camerer (2003) zwraca jednak uwagę, że oferty zmieniają się wraz z warunkami gry, a dużą rolę odgrywają zmienne indywidualne (takie jak płeć czy wiek) i sytuacyjne (takie jak informacje o drugim graczu). Z tego powodu można zakładać, że manipulacja eksperymentalna, jaką było polecenie autoprezentacji zgodnie z określoną cechą, wpłynie na zachowanie uczestników w grze „dyktator”. Co bardzo ważne, uczestnicy eksperymentu mieli dowolność dotyczącą tego, w jakim stopniu (i czy w ogóle) zachowują się altruistycznie. Opierając się na wynikach dotychczasowych badań zaprezentowanych we wcześniejszej części niniejszego artykułu, zakładano, że poziom internalizacji cechy będzie zależał od

tego, w jakim stopniu jednostka podjęła zachowanie zgodne z narzuconą cechą.

Hipoteza 2: Osoby z grupy, w której proszono o autoprezentację altruistyczną, będą przysyły sobie później taką cechę w większym stopniu niż osoby z pozostałych grup, ponieważ przesyłały większe kwoty pieniędzy w grze „dyktator”.

Trzecia hipoteza badawcza w przeprowadzonym eksperymencie odwoływała się do różnic indywidualnych, które mogą sprzyjać internalizacji dokonanej autoprezentacji.

Hipoteza 3: Efekt internalizacji autoprezentacji u osób, które miały możliwość zachowania się zgodnie z instrukcją, będzie moderowany przez poziom samoświadomości, ale wyłącznie w odniesieniu do samoświadomości publicznej (będzie tym silniejszy, im wyższy poziom tej samoświadomości).

4. Procedura i osoby badane

Badanie przeprowadzone zostało w laboratorium badań psychologicznych na terenie II Wydziału Psychologii Uniwersytetu SWPS we Wrocławiu. W badaniu wzięły udział 153 osoby (w tym 100 kobiet, wiek $M = 21,16$; $SD = 5,36$). Byli wśród nich zarówno studenci, jak i osoby pracujące. Za udział w badaniu studenci mogli otrzymać punkty kredytowe. Rekrutacja odbywała się przez ogłoszenie umieszczone na korytarzu w budynku Uniwersytetu SWPS. Wszyscy badani otrzymywali wynagrodzenie zgodne z decyzją podjętą w grze „dyktator”.

Uczestnicy byli informowani, że badanie jest anonimowe i będzie polegało na komputerowym wypełnieniu kwestionariusza oraz podjęciu decyzji ekonomicznej w odniesieniu do rzeczywistych wypłat. Całość badania prowadzona była na komputerze w przeglądarce stron WWW przy użyciu programu Inquist 4

Web¹. Po udzieleniu świadomej zgody na udział w badaniu uczestnicy podawali swoje dane demograficzne, a następnie wypełniali skalę koncentracji na sobie, mierzącą poziom samoświadomości publicznej i prywatnej (Zakrzewski, Strzałkowska, 1989). Następnie uczestnicy dowiadywali się, że w dalszej części badania może zostać dla nich wylosowana pewna cecha psychologiczna i proszono ich, aby w takim przypadku zachowywali się w taki sposób, jakby mieli tę cechę. W kolejnym kroku osoby badane przyporządkowywane były losowo do jednej z trzech grup eksperymentalnych. W grupie „altruizm” ($n = 48$) proszono ich, aby podczas całego badania zachowywali się dokładnie tak, jak zachowałaby się osoba altruistyczna, czyli dążąca do dobra i korzyści innych osób, niezależnie od tego, jak się oceniają pod względem posiadania tej cechy. W grupie „komunikatywność” ($n = 53$) proszono ich, by zachowywali się jak osoba komunikatywna, czyli mająca łatwość w kontaktach z innymi ludźmi. W grupie kontrolnej ($n = 52$) badani byli proszeni, by zachowywali się autentycznie i naturalnie, bez odgrywania żadnej cechy psychologicznej.

W kolejnej części badania uczestnicy grali w komputerową grę „dyktator” (Forsythe, Horowitz, Savin, Sefton, 1994; Kahneman i in., 1986). Badani dowiadywali się, że ich zadaniem jest podjęcie decyzji dotyczącej podziału pieniędzy w kwocie 10 zł i że mogą te pieniądze podzielić w dowolny sposób między siebie i innego, anonimowego uczestnika badania, który czeka na decyzję przy komputerze w innym pomieszczeniu. Przed podjęciem decyzji badani odpowiadali na pytanie o to, ile zostanie im pieniędzy, jeśli ze swojej puli prześlą 6 zł drugiej

osobie. Pytanie to miało na celu sprawdzenie zrozumienia zasad zadania i zweryfikowanie uważnego czytania poleceń. Wszystkie osoby badane odpowiedziały na to pytanie prawidłowo. Następnie uczestnicy byli informowani, że wylosowano drugiego uczestnika, z którym będą wykonywać zadanie podziału pieniędzy, a w grupach z wylosowaną cechą przypominało im, żeby w trakcie procedury zachowywali się jak osoba altruistyczna/komunikatywna. Po podjęciu decyzji i wpisaniu kwoty badani byli informowani o wysokości wypłaty dla nich i dla drugiego uczestnika.

Po zakończeniu tej części badania przez wszystkich uczestników w sali eksperymentator wypłacał pieniądze badanym i informował, że badanie się zakończyło. Po opuszczeniu laboratorium przez uczestnika i wyjściu z korytarza podchodził do niego pomocnik eksperymentatora, który prosił o udział w krótkim badaniu psychologicznym do jego pracy magisterskiej, w ramach którego badany wypełniał kartę samoopisu Dymkowskiego (1989) w formie papier-i-olówek. Sytuacja była tak zaprojektowana, aby nie wywołać u badanego poczucia, że obydwa badania są ze sobą powiązane. Zadaniem osoby badanej było zaznaczenie na osi od -5 do 5 , w jakim stopniu posiada kilkanaście składających się na kartę cech psychologicznych. Wśród tych cech były altruizm oraz komunikatywność. Pozostałe cechy były neutralne w stosunku do wcześniejszej procedury badania, np. poczucie humoru, samodzielność myślenia czy wzbudzenie zaufania².

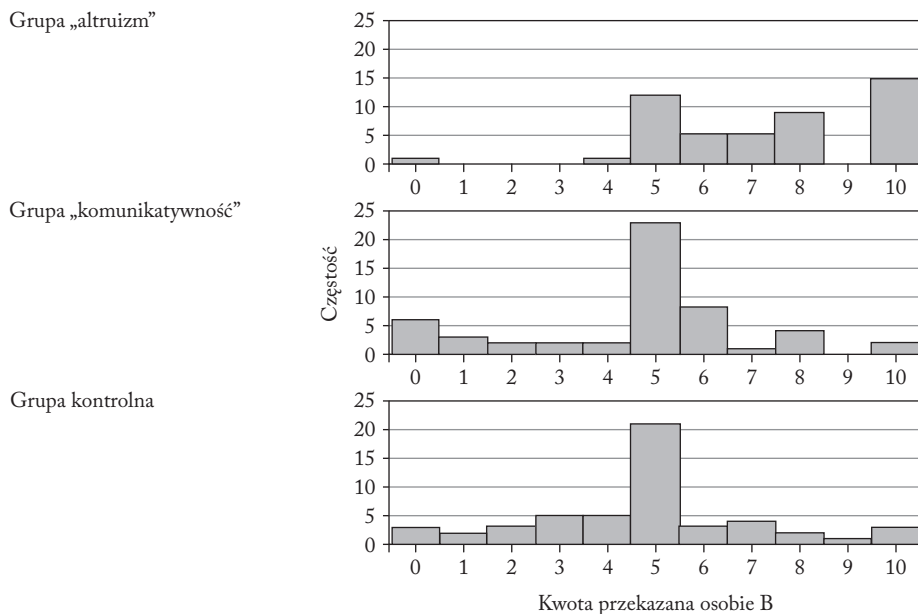
¹ Wszystkie materiały wykorzystane w badaniu i pliki danych można uzyskać od autorów po kontakcie mailowym.

² Wielozmiennowa analiza wariancji nie wykazała istotnych różnic między trezba warunkami eksperymentalnymi pod względem przypisywania sobie pozostałych cech, $F(42, 260) = 1,195$; $p = 0,204$; λ Wilksa = $0,703$.

5. Wyniki

Aby sprawdzić skuteczność manipulacji eksperymentalnej, w pierwszym kroku porównano kwoty przesyłane drugiej osobie, a więc behawioralną miarę altruizmu, w trzech grupach eksperymentalnych. Analiza wariacji wykazała istotne różnice pomiędzy warunkami, $F(2, 150) = 20,15$; $p < 0,001$; $\eta^2 = 0,21$. Dalsza analiza kontrastów pokazała, że zgodnie z oczekiwaniami osoby z grupy „altruizm” przesyłały wyższe kwoty ($M = 7,31$; $SD = 2,31$; $Me = 7,50$) niż osoby z grupy „komunikatywność” ($M = 4,58$; $SD = 2,46$; $Me = 5,00$), $F(1, 150) = 33,07$; $p < 0,001$; $\eta^2 = 0,18$, oraz niż osoby z grupy kontrolnej ($M = 4,79$; $SD = 2,36$; $Me = 5$), $F(1, 150) = 28,06$; $p < 0,001$; $\eta^2 = 0,15$. Grupa „komunikatywność” i grupa kontrolna nie różniły się istotnie pod względem wysokości przesyłanych kwot, $F(1, 150) = 0,19$; $p = 0,662$. Dalsza analiza testem *t*-Studenta w obrębie poszczególnych warunków eksperymen-

talnych wykazała, że badani z grupy „altruizm” przesyłali istotnie więcej niż połowę posiadanych pieniędzy ($M = 7,31$; $SD = 2,30$): $t(47) = 6,94$; $p < 0,001$, podczas gdy w pozostałych warunkach było to nieco mniej niż połowa kwoty, odpowiednio $t(52) = -1,29$; $p = 0,225$ dla warunku „komunikatywność” ($M = 4,58$; $SD = 2,46$) i $t(51) = -0,65$; $p = 0,521$ dla warunku kontrolnego ($M = 4,79$; $SD = 2,36$). Wynik ten potwierdza, że osoby poinstruowane, aby zachowywały się altruistycznie, w większym stopniu podjęły takie zachowania niż osoby, które nie otrzymały takiej instrukcji. W grupie „altruizm” tylko jedna osoba (2,1% badanych) zachowała dla siebie całą kwotę, podczas gdy 15 osób (31,3%) nie zachowało dla siebie nic, w grupie „komunikatywność” było to odpowiednio sześć osób (11,3%) i 2 osoby (3,8%), zaś w grupie kontrolnej trzy osoby (5,8%) nie przekazały żadnych pieniędzy osobie B, a kolejne trzy osoby (5,8%) przekazały całą kwotę (rysunek 1).



Rysunek 1. Histogramy dla kwoty przekazywanej osobie B w trzech grupach eksperymentalnych

Aby zweryfikować pierwszą hipotezę badawczą, przeprowadzono analizę wariancji z powtórzonym pomiarem ze skłonnością do przypisywania sobie cechy jako zmienną zależną, rodzajem cechy (altruizm vs komunikatywność) jako czynnikiem wewnątrzgrupowym i manipulacją eksperymentalną jako czynnikiem międzygrupowym. Analiza wykazała brak istotnego efektu głównego cechy, $F(1, 150) = 0,39$; $p = 0,534$; istotny efekt główny manipulacji eksperymentalnej, $F(2, 150) = 4,69$; $p = 0,011$, częściowa $\eta^2 = 0,06$; oraz istotny efekt interakcji rodzaju cechy i manipulacji eksperymentalnej, $F(1, 150) = 6,45$; $p = 0,002$, częściowa $\eta^2 = 0,08$. Dalsza dekompozycja interakcji nie wykazała istotnych różnic pomiędzy grupami eksperymentalnymi pod względem przypisywania sobie cechy komunikatywności, $F(2, 150) = 1,43$; $p = 0,242$, podczas gdy różnice takie zanotowano w odniesieniu do altruizmu, $F(2, 150) = 9,93$; $p < 0,001$; $\eta^2 = 0,12$. Przeprowadzona analiza kontrastów wykazała, że osoby z grupy „altruizm” przypisywały sobie tę cechę silniej ($M = 2,52$; $SD = 1,93$) niż osoby z grupy „komunikatywność” ($M = 0,86$; $SD = 2,10$), $F(1, 150) = 17,04$; $p < 0,001$; $\eta^2 = 0,10$, oraz niż osoby z grupy kontrolnej ($M = 1,07$; $SD = 1,97$), $F(1, 150) = 12,89$; $p < 0,001$; $\eta^2 = 0,08$. Nie zanotowano natomiast istotnych różnic pod względem przypisywania sobie altruizmu pomiędzy grupą „komunikatywność” i grupą kontrolną, $F(1, 150) = 0,28$; $p = 0,595$. Analogiczna analiza kontrastów dla cechy „komunikatywność” wykazała, że osoby z grupy „altruizm” przypisywały sobie tę cechę w podobnym stopniu ($M = 1,39$; $SD = 2,11$) jak osoby z grupy „komunikatywność” ($M = 1,68$; $SD = 2,12$), $F(1, 150) = 0,95$; $p = 0,33$, oraz jak osoby z grupy kontrolnej ($M = 0,99$; $SD = 2,15$), $F(1, 150) = 0,45$; $p = 0,505$. Pomiedzy grupą „komunikatywność” i grupą kontrolną nie zanotowano istotnej różnicy, $F(1, 150) = 2,83$; $p = 0,09$.

W kolejnej analizie porównano, w jakim stopniu osoby poinstruowane, aby zachowywały się zgodnie z określoną cechą, przypisują sobie tę cechę w ostatnim etapie badania w zależności od tego, czy wcześniej miały możliwość podjęcia zachowania zgodnego z autoprezentacją (grupa „altruizm”), czy też nie miały takiej możliwości (grupa „komunikatywność”). W tym celu skonstruowano nową zmienną, która przyjęła wartości cechy zgodnej z instrukcją eksperymentalną (altruizm w grupie „altruizm” i komunikatywność w grupie „komunikatywność”), a następnie porównano jej wyniki we wspomnianych warunkach eksperymentalnych. Jednoczynnikowa analiza wariancji wykazała, że osoby z grupy „altruizm” przypisywały sobie bycie altruistycznymi silniej ($M = 2,52$; $SD = 1,93$), niż osoby z grupy „komunikatywność” przypisywały sobie bycie komunikatywnymi ($M = 1,67$; $SD = 2,11$), $F(1, 99) = 4,31$; $p = 0,040$; $\eta^2 = 0,04$.

Podsumowując, uzyskany układ wyników potwierdza pierwszą hipotezę badawczą, zakładającą, że osoby, które miały możliwość podjęcia dobrowolnego zachowania autoprezentacyjnego związanego z określoną cechą (w tym przypadku z altruizmem), przypisują sobie taką cechę silniej niż osoby, które nie miały takiej możliwości lub też w ogóle nie były zmotywowane do autoprezentowania się. Kluczowe jednak jest wykazanie, że w opisywanym mechanizmie chodzi nie tylko o możliwość podjęcia dobrowolnego zachowania autoprezentacyjnego, ale także o podjęcie takiego zachowania. Druga hipoteza badawcza zakładała więc, że osoby z grupy, w której proszono o autoprezentację altruistyczną, przypisywały sobie później taką cechę w większym stopniu niż osoby z pozostałych grup, ponieważ przesyłały większe kwoty pieniędzy do drugiej strony w grze „dyktator”. Inaczej mówiąc, przesłana kwota powinna mediować zależność między manipulacją

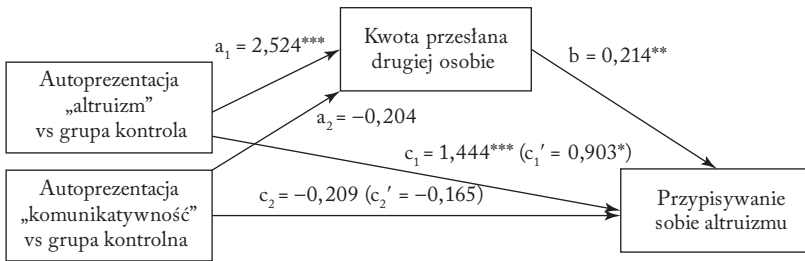
eksperymentalną polegającą na autoprezentacji altruistycznej (ale nie autoprezentacji komunikatywnej) a przypisywaniem sobie cechy altruizmu.

Analizę mediacji przeprowadzono z wykorzystaniem makra PROCESS 3.0 (Hayes, 2013) metodą bootstrappingu z losowaniem 10 000 próbek. Ponieważ eksperyment przeprowadzony był w schemacie z trzema grupami, do analizy mediacji jako zmienne niezależne wprowadzono dwie zmienne kodujące wskaźnikowo manipulację eksperymentalną: (1) grupa „altruizm” vs pozostałe grupy oraz (2) grupa „komunikatywność” vs pozostałe grupy. Kodowanie wskaźnikowe pozwala na zweryfikowanie, jak wyniki zmiennej zależnej w każdej analizowanej grupie (w tym przypadku w każdym z warunków, w którym badani dostawali instrukcję zachowania się zgodnie z pewną cechą) różnią się od wyników w grupie referencyjnej (w tym przypadku w grupie kontrolnej, w której badani nie dostawali takiej instrukcji) (Hayes, Preacher, 2014). Łączny wpływ manipulacji eksperymentalnej na przypisywanie sobie cechy altruizmu był istotny, $F(2, 150) = 9,93$; $p < 0,001$; $R^2 = 11,7\%$, przy czym efekt ten wynikał z manipulacji autoprezentacją altruistyczną (ścieżka c_1 : $b = 1,44$; $se = 0,40$; $t = 3,59$; $p < 0,001$), a nie autoprezentacją komunikatywną (ścieżka c_2 : $b = -0,21$; $se = 0,39$; $t = -0,53$; $p = 0,595$). Wpływ bezpośredni manipulacji autoprezentacją altruistyczną przy kontroli mediatora był istotny (ścieżka c_1' : $b = 0,90$; $se = 0,42$; $t = 2,12$; $p = 0,035$), podczas gdy wpływ bezpośredni manipulacji autoprezentacją komunikatywną przy kontroli mediatora nie był istotny (ścieżka c_2' : $b = -0,16$; $se = 0,38$; $t = -0,43$; $p = 0,665$). Istotny okazał się także związek pomiędzy manipulacją autoprezentacją altruistyczną i przesłaną kwotą (ścieżka a_1 : $b = 2,52$; $se = 0,48$; $t = 5,30$; $p < 0,001$) oraz pomiędzy przesłaną kwotą i przypisywaniem sobie wyso-

kiego poziomu altruizmu (ścieżka b : $b = 0,21$; $se = 0,07$; $t = 3,20$; $p = 0,002$). Związek między manipulacją autoprezentacją komunikatywną a przesłaną kwotą nie osiągnął założonego progu istotności (ścieżka a_2 : $b = -0,16$; $se = 0,38$; $t = -0,43$; $p = 0,665$; zob. rysunek 2). Manipulacja eksperymentalna wraz z przesłaną kwotą wyjaśniały $R^2 = 17,39\%$ wariacji zmiennej zależnej, $F(3, 149) = 10,45$; $p < 0,001$. Test omnibus dla efektu łącznego wpływu manipulacji eksperymentalnej na poziom przypisywanego sobie altruizmu potwierdził jego istotność, $\Delta R^2 = 11,70\%$; $F(2, 150) = 9,93$; $p < 0,001$; podobnie jak test omnibus dla efektu bezpośredniego, $\Delta R^2 = 3,77\%$; $F(2, 149) = 3,40$; $p = 0,036$.

Dalsza analiza efektów pośrednich z wykorzystaniem procedury bootstrappingu wykazała, że istotny był jedynie efekt pośredni od manipulacji autoprezentacją altruistyczną przez przekazaną kwotę do przypisywania sobie altruizmu (efekt = 0,54; *boot se* = 0,22; 95% *boot CI* [0,16; 1,04]). Oznacza to, że ci, których poproszono o zachowanie altruistyczne, przypisywali sobie po badaniu wyższy poziom tej cechy niż osoby z grupy kontrolnej częściowo dlatego, że przesyłali wyższe kwoty pieniędzy w grze „dyktator”. Efekt mediacyjny od manipulacji autoprezentacją komunikatywną przez przekazaną kwotę do przypisywania sobie altruizmu nie był istotny (efekt = -0,04; *boot se* = 0,11; 95% *boot CI* [-0,30; 0,15]).

W kolejnym kroku przeprowadzono analogiczną analizę mediacji, ale z uwzględnieniem płci i wieku jako potencjalnych kowariantów zarówno przesłanej kwoty (mediatora), jak i poziomu przypisywanego sobie altruizmu (zmiennej zależnej). Przy kontroli kowariantów łączny wpływ manipulacji eksperymentalnej na przypisywanie sobie cechy altruizmu był istotny, $F(4, 148) = 5,21$; $p < 0,001$; $R^2 = 12,33\%$, przy czym efekt ten wynikał z manipulacji au-



Objaśnienie: *** $p < 0,001$; ** $p < 0,01$; * $p < 0,05$. Na rysunku zaprezentowano niestandardowane współczynniki regresji dla zależności pomiędzy analizowanymi zmiennymi. W nawiasie podano wartość niestandardowanego efektu bezpośredniego (przy kontroli mediatora).

Rysunek 2. Przesłana kwota jako mediator zależności pomiędzy manipulacją eksperymentalną (wzbudzeniem autoprezentacji altruistycznej i komunikatywnej) a przypisywaniem sobie cechy altruizmu

toprezentacją altruistyczną (ścieżka c_1 : $b = 1,50$; $se = 0,41$; $t = 3,66$; $p < 0,001$), a nie autoprezentacją komunikatywną (ścieżka c_2 : $b = -0,18$; $se = 0,40$; $t = -0,47$; $p = 0,637$). Nie zaobserwowano istotnego wpływu kowariant na poziom altruizmu, ani bez kontroli mediatora, ani przy jego kontroli (we wszystkich przypadkach $p > 0,245$). Wpływ bezpośredni manipulacji autoprezentacją altruistyczną przy kontroli mediatora i kowariant był istotny (ścieżka c_1' : $b = 0,97$; $se = 0,43$; $t = 2,25$; $p = 0,026$), podczas gdy wpływ bezpośredni manipulacji autoprezentacją komunikatywną nie był istotny (ścieżka c_2' : $b = -0,14$; $se = 0,38$; $t = -0,38$; $p = 0,707$). Istotny pozostał także związek pomiędzy manipulacją autoprezentacją altruistyczną i przesłaną kwotą przy kontroli kowariant (ścieżka a_1 : $b = 2,43$; $se = 0,48$; $t = 5,04$; $p < 0,001$) oraz pomiędzy przesłaną kwotą i przypisywaniem sobie wysokiego poziomu altruizmu przy ich kontroli (ścieżka b : $b = 0,22$; $se = 0,07$; $t = 3,231$; $p = 0,002$). Związek między manipulacją autoprezentacją komunikatywną a przesłaną kwotą nie osiągnął założonego progu istotności (ścieżka a_2 : $b = -0,19$; $se = 0,46$; $t = -0,42$; $p = 0,677$). Manipulacja eksperymentalna wraz z przesłaną kwotą i kowariantami wyjaśniały $R^2 = 18,15\%$

wariancji zmiennej zależnej, $F(5, 147) = 6,52$; $p < 0,001$.

Ponowna analiza efektów pośrednich z wykorzystaniem procedury bootstrappingu wykazała, że także przy kontroli kowariant, istotny był jedynie efekt pośredni od manipulacji autoprezentacją altruistyczną przez przekazaną kwotę do przypisywania sobie altruizmu (efekt = $0,53$; $boot\ se = 0,22$; $95\%\ boot\ CI [0,14; 1,00]$). Efekt mediacyjny od manipulacji autoprezentacją komunikatywną przez przekazaną kwotę do przypisywania sobie altruizmu nie był istotny (efekt = $-0,04$; $boot\ se = 0,11$; $95\%\ boot\ CI [-0,27; 0,18]$). Oznacza to, że ci, których poproszono o zachowanie altruistyczne, przypisywali sobie po badaniu wyższy poziom tej cechy niż osoby z grupy kontrolnej częściowo dlatego, że przesyłali wyższe kwoty pieniędzy w grze „dyktator”, niezależnie od ich płci i wieku.

Podsumowując, przeprowadzona analiza wykazała, że osoby z grupy, w której proszono o autoprezentację altruistyczną, przypisywały sobie później taką cechę w większym stopniu niż osoby z pozostałych grup, ponieważ przesyłały większe kwoty pieniędzy w grze „dyktator”. Inaczej mówiąc, jeśli osoba badana miała możliwość podjęcia zachowania zgodnego z narzu-

coną jej autoprezentacją i dobrowolnie z takiej możliwości skorzystała, silniej internalizowała taką cechę niż osoby, które nie miały możliwości podjęcia takiego zachowania lub też z tej możliwości nie skorzystały, co potwierdza drugą hipotezę badawczą.

Aby zweryfikować trzecią hipotezę badawczą, zakładającą, że efekt internalizacji autoprezentacji u osób, które miały możliwość zachowania się zgodnie z instrukcją, będzie moderowany przez poziom samoświadomości publicznej, przeprowadzono analizę moderacji z wykorzystaniem regresji wielozmiennowej w makrze PROCES 3.0 (Hayes, 2013). Do modelu regresji wyjaśniającego stopień przypisywania sobie cechy altruizmu wprowadzono dwie zmienne kodujące manipulację eksperymentalną opisane wcześniej, dwa wymiary samoświadomości (samoświadomość publiczną i samoświadomość prywatną), oraz interakcje między wymiarami samoświadomości i zmiennymi kodującymi manipulację (tabela 1). W tym przypadku wykorzystano kodowanie wskaźnikowe, ponieważ pozwala na zweryfikowanie, jak wyniki zmiennej zależnej w każdej analizowanej grupie (w tym przypadku w każdym z warunków, w którym badani dosta-

wali instrukcję zachowania się zgodnie z pewną cechą) różnią się od wyników w grupie referencyjnej (w tym przypadku w grupie kontrolnej, w której badani nie dostawali takiej instrukcji) (Hayes, Preacher, 2014). Zmienne ciągle zostały przed analizą wystandaryzowane.

Model regresji dla przypisywania sobie cechy altruizmu był istotny, $F(8, 144) = 3,82; p < 0,001$, a łącznie wszystkie predyktory wyjaśniały 17,5% wariancji zmiennej niezależnej. Istotnymi predyktorami okazały się manipulacja altruizmem oraz interakcja między manipulacją altruizmem a poziomem samoświadomości publicznej. Samoświadomość prywatna nie była ani predyktorem przypisywania sobie cechy altruizmu, ani nie moderowała zależności między manipulacją altruizmem a zmienną zależną.

Do dekompozycji istotnej interakcji pomiędzy manipulacją altruizmem a poziomem samoświadomości publicznej wykorzystano dwa typy analiz warunkowych: opartych na konkretnych wartościach moderatora (*pick-a-point*) oraz na technice Johnsona-Neymana. W pierwszym kroku przeanalizowano efekty manipulacji autoprezentacją altruistyczną dla trzech poziomów moderatora (samoświadomości publicznej): wartości średniej

Tabela 1. Wpływ manipulacji eksperymentalnej na przypisywanie sobie cechy altruizmu w zależności od poziomu samoświadomości publicznej i prywatnej

Predyktor	Przypisywanie sobie altruizmu		
	<i>b</i>	<i>se</i>	<i>t</i>
Autoprezentacja „altruizm” (vs grupa kontrolna)	0,666	0,188	3,534***
Autoprezentacja „komunikatywność” (vs grupa kontrolna)	-0,079	0,185	-0,427
Samoświadomość publiczna	-0,040	0,133	-0,301
Samoświadomość prywatna	-0,089	0,137	-0,651
Autoprezentacja „altruizm” × samoświadomość publiczna	0,432	0,195	2,221*
Autoprezentacja „altruizm” × samoświadomość prywatna	-0,212	0,206	-1,029
Autoprezentacja „komunikatywność” × samoświadomość publiczna	0,039	0,189	0,208
Autoprezentacja „komunikatywność” × samoświadomość prywatna	0,057	0,186	0,308

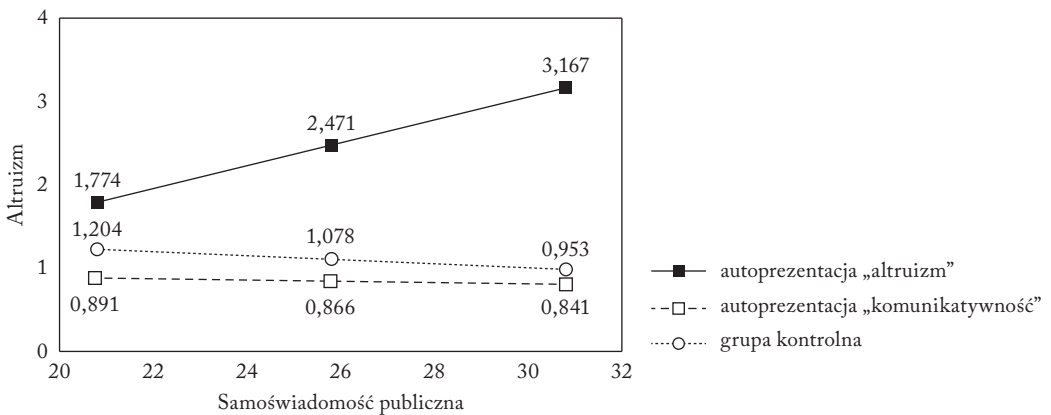
* $p < 0,5$; *** $p < 0,001$

oraz wartości jednego odchylenia standardowego powyżej i poniżej średniej. Dla najniższego analizowanego poziomu moderatora ($M - 1SD = 20,78$) wpływ manipulacji altruizmem nie był istotny, $b = 0,27$; $se = 0,27$; $t = 0,98$; $p = 0,328$; natomiast dla poziomu średniego ($M = 25,84$) i poziomu najwyższego ($M + 1SD = 30,90$) zaobserwowano istotne różnice między grupą kontrolną a eksperymentalną, odpowiednio, $b = 0,65$; $se = 0,19$; $t = 3,49$; $p = 0,001$; i $b = 1,04$; $se = 0,262$; $t = 3,98$; $p < 0,001$ (rysunek 2).

Ponieważ dekompozycja interakcji z ciągłym moderatorem oparta na wybranych wartościach (w tym przypadku – średnich i odchyleniach standardowych) jest uważana za kontrowersyjną, przede wszystkim ze względu na arbitralny dobór punktów, jako drugi sposób analizy wykorzystano technikę Johnsona-Neymana (Hayes, 2013; Hayes, Montoya, 2017) z użyciem makra OGRS 1.2. Pozwala ona na wskazanie takich wartości ciągłej zmiennej stanowiącej moderator, zwanych regionami istotności, przy których wpływ zmiennej niezależnej na zmienną zależną

jest istotny. Regiony te wyznaczone są przez tzw. punkty Johnsona-Neymana, a więc takie wartości moderatora, dla których efekt zmiennej niezależnej jest istotny przy założonym poziomie istotności. Punkty Johnsona-Neymana i regiony istotności wyznaczone są na podstawie przedziałów ufności wyznaczonych dla poszczególnych wartości moderatora. Jeśli 95% przedział ufności nie zawiera 0, to wpływ zmiennej niezależnej na daną zmienną zależną przy danym poziomie moderatora jest istotny na poziomie $p < 0,05$ (Hayes, 2013; Hayes, Montoya, 2017).

Przeprowadzona analiza wykazała, że punkt Johnsona-Neymana przypada dla wartości 22,60 na skali samoświadomości publicznej ($-0,640$ odchylenia standardowego poniżej średniej). Inaczej mówiąc, u osób o wynikach samoświadomości publicznej poniżej 23 punktów przypisywanie sobie altruizmu nie zmieniło się istotnie pod wpływem instrukcji w wykonywanym zadaniu, podczas gdy u osób o wynikach wyższych odnotowano różnice związane z warunkami eksperymentalnymi. Rysunek 3 pozwala za-



Objaśnienie: poszczególne punkty oznaczają wartości zmiennej zależnej dla następujących wartości moderatora: $M - 1SD = 20,785$; $M = 25,84$; $M + 1SD = 30,901$. Pionową ciągłą linią oznaczono punkt Johnsona-Neymana. Różnice na prawo od tego punktu są istotne przy $p < 0,05$.

Rysunek 3. Przypisywanie sobie cechy altruizmu w zależności od warunku eksperymentalnego i poziomu samoświadomości publicznej

obserwować, że różnice te wynikają wyłącznie z wpływu manipulacji altruizmem.

6. Wnioski

Celem eksperymentu opisanego w niniejszym artykule było sprawdzenie, czy narzucona autoprezentacja dokonywana w grze „dyktator” wpłynie na zmianę percepcji siebie w kierunku z nią zgodnym. Badani zostali poproszeni o to, aby podczas gry zachowywali się jak osoby altruistyczne, komunikatywne lub w sposób naturalny, bez odgrywania żadnej cechy. Następnie, już po zakończeniu całego badania, uczestnicy proszeni byli przez inną osobę o wypełnienie krótkiego kwestionariusza, w którym oceniali różne swoje cechy. Wyniki analiz pokazały, że osoby z grupy „altruizm” zachowywały się najbardziej prospołecznie, a w pomiarze dokonywanym po zakończeniu badania oceniali się jako najbardziej altruistyczne w porównaniu z osobami z pozostałych grup. Internalizacja cechy była tym silniejsza, im bardziej nasilone było wcześniejsze zachowanie prospołeczne. Wykazaliśmy także, że internalizacja autoprezentowanej cechy była tym silniejsza, im wyższy był poziom samoświadomości publicznej osób badanych.

Wyniki przeprowadzonego badania potwierdziły również znaczenie kilku dodatkowych czynników wzmacniających proces internalizacji, opisanych w punkcie 2.3 niniejszego artykułu. Warto podkreślić, że badani, którzy mieli rzeczywistą okazję do tego, aby zachować się zgodnie z autoprezentowaną cechą, przypisywali ją sobie w największym stopniu. Osoby, które zostały poproszone o zachowanie się w sposób altruistyczny, mogły to zrobić, przekazując „altruistycznie” większą kwotę pieniędzy dla drugiego – rzekomego – gracza. Mieli przy tym jednak zapewnioną możliwość podjęcia tej decyzji

dobrowolnie, tj. nie były instruowane, jaką konkretnie decyzję w grze „dyktator” mają podjąć. Badani, którzy zostali poproszeni o zachowanie się jak osoby komunikatywne, nie mieli takiej możliwości, ponieważ w żadnym z elementów przeprowadzonej procedury nie mogli się ową komunikatywnością wykazać. Dodatkowo warto podkreślić, że nie wykazano istotnych różnic w przypisywaniu sobie cechy „komunikatywność” pomiędzy grupą, która została o to poproszona a grupą kontrolną. Wnioskujemy więc, że wskutek braku możliwości rzeczywistego zachowania się w trakcie procedury jak osoba komunikatywna nie doszło do uwewnętrznienia tej cechy. Wyniki te są więc potwierdzeniem wniosków, które formułowały m.in. Tice (1992) i Cisek (2003) – do modyfikacji samowiedzy w kierunku zgodnym z autoprezentacją dojdzie przede wszystkim wtedy, kiedy autoprezentacja się dokonana. Warto podkreślić, że podjęte przez nich decyzje będą miały realne skutki i po przejściu procedury dostaną wypłatę w takiej kwocie, jaką zdecydowały sobie pozostawić.

Kolejnym z czynników wzmacniających proces internalizacji autoprezentowanej cechy było zapewnienie pełnej dowolności zachowania i reakcji (Schlenker i Weigold, 1990; Rhodewalt i Agustsdottir, 1986). Każdy z badanych otrzymywał do dyspozycji 10 zł, które mógł przekazać w jakiejś części drugiemu graczowi. Mógł też w ogóle tego nie zrobić, pozostawiając sobie całą sumę. Pomimo tego, że w pierwszej grupie badani zostali poproszeni o zachowanie się jak osoby altruistyczne, ostateczna decyzja co do przekazanej (lub nie) kwoty należała wyłącznie do nich. Osoby badane z tej grupy przekazywały istotnie większą kwotę pieniędzy niż badani z grupy „komunikatywność” oraz z grupy kontrolnej, w której poproszono o to, aby zachowywać się naturalnie. Co jednak istotne, nie wszy-

scy w grupie altruizmu przekazali jednakowo wysokie kwoty, ale im bardziej altruistycznie się zachowali, tym silniej internalizowali taką autoprezentację. Jak wskazuje Cisek (2003), to właśnie subiektywne przekonanie o zapewnionej swobodzie zachowania połączone z jego rzeczywistym podjęciem sprawiają, że dostosowawcza modyfikacja samowiedzy nastąpi w sposób najsilniejszy.

Wyniki przeprowadzonych analiz wskazały także na istotną rolę poziomu publicznej samoświadomości w kontekście wzmacniania procesu internalizacji dokonanej autoprezentacji. Osoby o wysokim poziomie tej cechy charakteryzują się nawykowym myśleniem o tym, jak są odbierane i oceniane przez innych ludzi. Metaanaliza, którą przeprowadzili Mor i Winquist (2002), wykazała, że z takim myśleniem idzie w parze silne poczucie lęku. Lęk ten jest uwarunkowany przede wszystkim tym, że osoby o wysokim natężeniu publicznej samoświadomości obawiają się tego, że zostaną źle ocenione przez obserwatorów, czego konsekwencją będzie odrzucenie. Wolą więc – podobnie jak pragmatycy z koncepcji obserwacyjnej samokontroli zachowania (Snyder, 1974; Tice, 1992) – tak zmodyfikować swoją samowiedzę, aby uzyskać pożądaną przez nich społeczną akceptację.

Użyta skala koncentracji na sobie (Zakrzewski, Strzałkowska, 1989) jest narzędziem, które pozwala na określenie poziomu zarówno publicznej, jak i prywatnej samoświadomości. Uzyskane wyniki nie wykazały w żadnym stopniu zależności pomiędzy poziomem prywatnej samoświadomości a internalizacją autoprezentacji. Warto podkreślić, że jest to spójne ze specyfiką tej cechy, która zakłada koncentrację przede wszystkim na własnych emocjach i przeżyciach, a nie na opinii innych ludzi w sytuacji społecznej (Carver, Scheier, 1981). Nie może być więc czynnikiem wzmac-

nającym stopień dostosowawczej internalizacji zachowania autoprezentacyjnego podjętego w takich warunkach.

W sytuacji, w której osoby zostaną poproszone o dokonanie pewnej autoprezentacji, będą w silniejszym stopniu dopasowywały to, co sądzą na swój temat, do podjętego zachowania, co zapewni im osiągnięcie dwóch celów. Pierwszym z nich będzie, oparta na mechanizmie zdeformowanego przeszukiwania (*biased scanning*), próba przypomnienia sobie wcześniejszych doświadczeń związanych z odegraniem podobnej roli, co ma zapewnić im większą skuteczność i wiarygodność. Drugi cel – ściśle powiązany z pierwszym – to uzyskanie społecznej aprobaty od obserwatorów. Można więc wnioskować, że gdy badany o wysokim poziomie publicznej samoświadomości zostanie poproszony o to, aby zachowywał się jak osoba altruistyczna – tak jak w przypadku tego badania – to uzna, że jest to zachowanie pożądané i w tym właśnie kierunku będzie dostosowawczo modyfikować swoją samowiedzę (Szmajke, 1995; Dymkowski, 1996).

Odwołując się do dwóch opisanych wcześniej podstawowych mechanizmów, które mogą odpowiadać za internalizację autoprezentacji, można przyjąć, że w przypadku tego badania odbyła się ona w oparciu o dokonaną autopercepcję (Bem, 1972). Prośba o zachowanie się w sposób altruistyczny dotyczyła cechy, która może być uznana za społecznie pożądaną i pozytywną. Tym samym zachowanie zgodne z nią nie powinno wywoływać u osób badanych wewnętrznego oporu oraz prowadzącej do dysonansu poznawczego sprzeczności. Jak zwraca uwagę Dymkowski (1996), w takich sytuacjach proces internalizacji będzie przebiegał przede wszystkim właśnie w oparciu o mechanizm autopercepcji. Rhodewalt i Agustsdottir (1986) podkreślają, że potrzeba redukcji dysonansu

poznawczego pojawi się wtedy, kiedy badani zostaną poproszeni o zachowanie się w sposób wywołujący ich sprzeciw, niezgodny z tym, co wiedzą o sobie. Jeżeli mimo to zachowaliby się w ten sposób, postawiliby siebie samych w sytuacji sprzeczności pomiędzy nieakceptowanym zachowaniem a dotychczasowymi poglądami, czego konsekwencją byłoby pojawienie się dysonansu poznawczego (Festinger, 1954). W prezentowanym badaniu taka sprzeczność nie została wywołana, dzięki czemu można wnioskować o wystąpieniu mechanizmów autopercepcyjnego dostosowania samowiedzy. Jest to jednak jedynie założenie, którego w bezpośredni sposób nie weryfikowano w przeprowadzonym badaniu. Interesujące wydaje się natomiast sprawdzenie, czy poziom samoświadomości publicznej jest cechą moderującą proces internalizacji autoprezentacji niezależnie od mechanizmu leżącego u podstaw takiego procesu, czy też cechą moderującą specyficznie proces internalizacji autoprezentacji dokonujący się przez mechanizm autopercepcji. W kolejnym badaniu można więc prosić uczestników o autoprezentację zgodną z cechami, które nie są społecznie pożądane, jak np. samolubność czy egoizm, a następnie zweryfikować, czy internalizacja takich cech zależy od poziomu samoświadomości publicznej.

Innym aspektem, który warto byłoby zbadać, jest stabilność czasowa uzyskanego efektu. W przeprowadzonym eksperymencie, jakkolwiek zastosowano rozdzielenie percepcyjne, a osoby badane myślały, że biorą udział w dwóch niepowiązanych badaniach, pomiar cech następował zaledwie kilka, kilkanaście minut po tym, jak dokonano autoprezentacji. Podobne, dość krótkotrwałe rozdzielenie czasowe stosowano w większości dotychczasowych badań (Cisek, 2003; Madeja-Bień, 2012; Schoeneman, 1981), a nawet w niektórych przypadkach nad-

zór nad obydwoma pomiarami sprawował ten sam eksperymentator, choć druga część odbywała się pod pretekstem innego badania (Jones i in., 1981; Rhodewalt, Agustsdottir, 1986) lub też tego samego badania (Schlenker, Weigold, 1990; Tice, 1992). Nie są nam natomiast znane badania dotyczące internalizacji autoprezentacji, w których stosuje się znaczne odroczenie czasowe. Oczywiście należy się spodziewać, że wraz z upływem czasu stopień internalizacji autoprezentowanej cechy staje się słabszy. Przeprowadzenie badania uwzględniającego np. kilkugodzinny lub kilkudniowy okres między autoprezentacją a pomiarem poziomu zgodnej z nią cechy byłoby jednak bardzo skomplikowane, przede wszystkim ze względu na dostępność osób badanych w kolejnych pomiarach.

Podsumowując opisane badania, można stwierdzić, że uzyskane wyniki pokazały istotną rolę poziomu publicznej samoświadomości w procesie internalizacji autoprezentacji. Potwierdziły także, że proces ten był najsilniejszy wtedy, kiedy badany miał możliwość zachowania się zgodnie z daną cechą (np. mógł podzielić się większą kwotą pieniędzy, odgrywając rolę osoby altruistycznej).

Literatura

- Andersen, S.M., Ross, L. (1984). Self-knowledge and Social Inference: I. The Impact of Cognitive/Affective and Behavioral Data. *Journal of Personality and Social Psychology*, 46, 280–293. DOI: 10.1037/0022-3514.46.2.280.
- Bem, D.J. (1972). Self-perception Theory. W: L. Berkowitz (red.), *Advances in Experimental Social Psychology*, vol. 6, (s. 2–57). New York: Academic Press.
- Camerer, C.F. (2003). *Behavioral Game Theory: Experiments on Strategic Interaction*. Princeton: Princeton University Press.

- Carver, C., Scheier, M. (1981). *Attention and Self-regulation. A Control-theory Approach to Human Behaviour*. New York: Springer-Verlag.
- Cisek, S. (2003). *Spostrzegana efektywność autoprezentacji a pojmowanie siebie*. Niepublikowana praca doktorska: Uniwersytet Opolski.
- Dymkowski, M. (1989). *Samowiedza a psychologiczne konsekwencje ocen*. Wrocław: Wydawnictwo Politechniki Wrocławskiej.
- Dymkowski, M. (1993). *Poznanawanie siebie. Umotywowane sprawdziany samowiedzy*. Warszawa: Wydawnictwo PAN.
- Dymkowski, M. (1996). *Samowiedza w okowach przywdziewanych masek*. Warszawa: Wydawnictwo PAN.
- Dymkowski, M. (2000). Autoprezentacja pozbawiona mistyfikacji a pojmowanie siebie. *Czasopismo Psychologiczne*, 7(2), 147–154.
- Dymkowski, M., Cisek, S. (1998). The Impact of Self-presentation Effectiveness on Subsequent Self-beliefs. *Polish Psychological Bulletin*, 29, 181–197.
- Fazio, R.H., Effrein, E.A., Falender, V.J. (1981). Self-perceptions Following Social Interaction. *Journal of Personality and Social Psychology*, 41, 232–242. DOI: 10.1037/0022-3514.41.2.232.
- Festinger, L. (1954). A Theory of Social Comparison Processes. *Human Relations*, 7, 117–140. DOI: 10.1177/001872675400700202.
- Forsythe, R., Horowitz, J.L., Savin, N.E., Sefton, M. (1994). Fairness in Simple Bargaining Experiments. *Games and Economic Behavior*, 6(3), 347–369. DOI: 10.1006/game.1994.1021.
- Hayes, A.F. (2013). *Introduction to Mediation, Moderation, and Conditional Process Analysis: A Regression-based Approach*. New York: The Guilford Press.
- Hayes, A.F., Montoya, A.K. (2017). A Tutorial on Testing, Visualizing, and Probing an Interaction Involving a Multicategorical Variable in Linear Regression Analysis. *Communication Methods and Measurements*, 11(1), 1–30. DOI: 10.1080/19312458.2016.1271116.
- Hayes, A.F., Preacher, K.J. (2014). Statistical Mediation Analysis with a Multicategorical Independent Variable. *British Journal of Mathematical and Statistical Psychology*, 67, 451–470. DOI: 10.1111/bsmp.12028.
- John, O.P., Robins, R.W. (1994). Accuracy and Bias in Self-perception: Individual Differences in Self-enhancement and the Role of Narcissism. *Journal of Personality and Social Psychology*, 66, 206–219. DOI: 10.1037/0022-3514.66.1.206.
- Jones, E.E., Rhodewalt, F., Berglas, S., Skelton, J.A. (1981). Effects of Strategic Self-Presentation on Subsequent Self-esteem. *Journal of Personality and Social Psychology*, 41, 407–421. DOI: 10.1037/0022-3514.41.3.407.
- Kahneman, D., Knetsch, J.L., Thaler, R.H. (1986). Fairness and the Assumptions of Economics. *The Journal of Business*, 59(4), 285–300. DOI: 10.1086/296367.
- Kofta, M., Doliński, D. (2000). *Poznawcze podejście do osobowości*. W: J. Strelau (red.), *Psychologia, tom II: Psychologia ogólna* (s. 561–600). Gdańsk: Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne.
- Leary, M. (1999). *Wywieranie wrażenia na innych: O sztuce autoprezentacji*. Gdańsk: Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne.
- Madeja-Bień, K. (2012). *Zmiany samowiedzy jednostki pod wpływem autoprezentacji właściwości moralnych i sprawnościowych*. Niepublikowana praca doktorska: Uniwersytet Wrocławski.
- Mor, N., Winquist, J. (2002). Self-focused Attention and Negative Effect: A Meta-Analysis. *Psychological Bulletin*, 128, 638–662.
- Nisbett, R.E., Wilson, T.D. (1977). Telling More than We Can Know: Verbal Reports on Mental Processes. *Psychological Review*, 84, 231–259. DOI: 10.1037/0033-295X.84.3.231.
- Ossowski, S. (2000). *Z zagadnień psychologii społecznej*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Rhodewalt, F., Agustsdottir, S. (1986). Effects of Self-presentation on the Phenomenal Self. *Journal of Personality and Social Psychology*, 50, 47–55. DOI: 10.1037/0022-3514.50.1.47.
- Schlenker, B.R., Długolecki, D.W., Doherty, K. (1994). The Impact of Self-presentation on Self-appraisals and Behavior: The Power of Public Commitment. *Person-*

- ality and Social Psychology Bulletin*, 20, 20–33. DOI: 10.1177/0146167294201002.
- Schlenker, B.R., Weigold, M.F. (1990). Self-consciousness and Self-presentation: Being Autonomous versus Appearing Autonomous. *Journal of Personality and Social Psychology*, 59, 820–828. DOI: 10.1037/0022-3514.59.4.820.
- Schoeneman, T.J. (1981). Reports of the Sources of Self-knowledge. *Journal of Personality*, 49, 284–294. DOI: 10.1111/j.1467-6494.
- Snyder, M. (1974). Self-monitoring of Expressive Behavior. *Journal of Personality and Social Psychology*, 30, 526–537. DOI: 10.1037/h0037039.
- Szmajke, A. (1995). Popularność w grupie a styl autoprezentacji. *Psychologia Wychowawcza*, 38, 385–392.
- Szmajke, A. (1999). *Autoprezentacja: Maski, Pozy, Miny*. Olsztyn: Ursa Consulting.
- Tice, D.M. (1992). Self-concept Change and Self-presentation: The Looking Glass Self Is also a Magnifying Glass. *Journal of Personality and Social Psychology*, 63, 435–451. DOI: 10.1037/0022-3514.63.3.435.
- Wojciszke, B. (1980). Ewolucja wyjaśniania poznawczego we współczesnej psychologii społecznej. Cz. 2. Konsekwencje teoretyczne dla problemu świadomości. *Przegląd Psychologiczny*, 23, 281–308.
- Wojciszke, B. (2011). *Psychologia społeczna*. Warszawa: Wydawnictwo Scholar.
- Zakrzewski, J., Strzałkowska, A. (1989). *Dyspozycyjna koncentracja na sobie: teoria i pomiar*. W: R.ł. Drwal (red.), *Techniki kwestionariuszowe w diagnostyce psychologicznej* (s. 189–210). Lublin: Wydawnictwo UMCS.