

NEVERBALNA KOMUNIKACIJA

UVOD

Neverbalna komunikacija prenosi više od 65 % značenja.

Pojedina istraživanja govore da neverbalni znakovi daju čak 93 % celokupnog socijalnog značenja u komunikaciji “licem u lice”.

- ◉ 55 % informacija daje izraz lica,
- ◉ 38 % glas, a

reči sadrže samo 7 % informacija.

Čovek ukupno izgovara reči samo 10-11 minuta dnevno.

UVOD

- ◉ Dakle, verbalnim načinom uglavnom prenosimo informacije, a neverbalnim stavove i emocionalni odnos prema informacijama koje primamo, ili odnos prema osobi sa kojom komuniciramo.
- ◉ Dakle, možemo prestati da govorimo, ali je prosto nemoguće da prestanemo da šaljemo neverbalne poruke. Iako ih, kako psiholozi kažu, primamo na nesvesnom nivou, one imaju veliki uticaj na nas, na našu komunikaciju i odnos sa drugima.
- ◉ Neverbalnu komunikaciju čine: kontakt očima, izraz lica, položaj tela, telesni kontakt, pokreti tela - gestovi, kao i lični prostor.

KONTAKT OČIMA

- ◉ Kontakt očima je vrlo važan u svakodnevnoj komunikaciji i smatra se najsnažnijim sredstvom neverbalne komunikacije. Ako uzmemo u obzir da su oči ogledalo duše, shvatamo da nam sam pogled mnogo govori o jednoj osobi. Kontakt očima zadržan samo delić sekunde duže nego što osoba koju ste pogledali smatra prikladnim, može čak da dovede do reakcije ili fizičke agresije, ili, u nekom drugom kontekstu, može da bude shvaćena kao znak seksualne privlačnosti.
- ◉ Važan je i način gledanja: dugotrajno fiksiranje rezervisano je za ljubavnike ili ljute neprijatelje. Raširene zenice, nevoljni refleks koji se javlja bez obzira na količinu svetlosti, pokazuje emocionalno uzbuđenje (sviđanje, laganje).

- ◉ Ako želimo da osoba sa kojom razgovaramo stekne utisak da je slušamo, treba da je gledamo u oči oko tri četvrtine vremena razgovora, pogledima dugim 1-7 sekundi
- ◉ Često se previše kontakta očima smatra za iskazivanje superiornosti, manjak samopoštovanja, pretnju ili želju za uvredom sagovornika. Međutim, premalo kontakta očima može se protumačiti kao nedostatak pažnje, nepristojnost, neiskrenost, nepoštovanje ili stidljivost. Prekidanje kontakta očima spuštanjem pogleda tumači se kao signal podređenosti

IZRAZ LICA

- ◉ Izraz lica se koristi kao sredstvo za postizanje boljeg razumevanja poruke koju drugi pokušavaju da prenesu. Posmatrač i traže različite emocije na različitim delovima lica.
- ◉ Strah se obično traži u očima, kao i tuga.
- ◉ Sreća se vidi na obrazima i u očima. Iznenadenje se pokazuje na čelu, u očima i na pokretima usana.
- ◉ Ljutnja se oslikava na licu. Postoje i mikrotrenutni izrazi lica koji traju samo delić sekunde i teže se uočavaju. Na primer, osoba može da govori da joj je drago što vidi nekoga i možda se čak i smeši, ali svoj pravi stav može otkriti mikrotrenutnim izrazom gađenja.
- ◉ Takvi izrazi lica su isuviše kratki da bi ih većina ljudi zapazila.
- ◉ U proceni nečijeg izraza lica, posebno pri prvom susretu s određenom osobom, treba voditi računa o pojavi koja se u psihologiji naziva "halo efekat".

HALO EFEKAT

- ◉ Suština te pojave jeste u tome da na temelju jedne osobine, koja nam se sviđa ili ne, stvaramo sud o čitavom čovjeku.
- ◉ Većinom gledamo spoljašnji izgled osobe, od crta lica do pokvarenih zuba, boje glasa, načina govora, oblačenja"
- ◉ Koristimo i informacije koje smo ranije saznali o nekome, a ne sviđaju nam se, ili određena osoba poseduje osobine koje sami nemamo, pa nam odmah postaje simpatična.
- ◉ To, naravno, smanjuje našu objektivnost.
- ◉ Halo efekat je teško izbeći. Možemo ga jedino umanjiti ako se svaki put zapitamo koliko je on delovao na naš sud.

POLOŽAJ TELA

- ◉ Položaj tela često govori o tome da li su ljudi puni nade ili su depresivni, da li su samouvereni ili stidljivi, dominantni ili pokorni i sl.
- ◉ Oni koji su puni nade, dominantni, samouvereni uglavnom će imati uspravno držanje.
- ◉ Pozitivni stavovi prema drugima su najčešće praćeni naginjanjem napred, posebno kada sedimo.
- ◉ Negativni ili neprijateljski stavovi su signalizirani naginjanjem unazad.
- ◉ Prekrštenim rukama se često može iskazati negativan stav prema drugoj osobi, a labavo držanje ruku pored tela tumači se kao otvorenost i pristupačnost.

POKRETI TELA

- ◉ Pokrete tela kao gestove koristimo da bi naglasili ono o čemu govorimo. Oni treba da dopune reči, da zajedno sa rečima tumače misli i osećanja onog ko govori. Sam govor bez gestova je kao torta bez ukrasa. Najčešće pokazujemo rukama ili klimamo glavom, podižemo obrve i slično. Postoje pokreti koji imaju kulturno određeno značenje (V za pobedu, spojeni palac i kažiprst za "odlično").
- ◉ Pokreti rukama su najčešći gestovi koji se koriste tokom komunikacije. Osim što nam pomažu u komunikaciji, pokreti tela mogu je i ometati ukoliko su neumereni i previše naglašeni jer mogu ukazivati na nervozu i nedostatak samopouzdanja (trljanje dlanova, uvijanje kose, trljanje čela ili glađenje brade).

LIČNI PROSTOR

Prema istraživanjima postoje četiri zone korišćenja prostora:

- ◉ razdaljina od nule do pola metra naziva se intimnom zonom; tada se ljudi dodiruju ili im je lako da dodirnu jedno drugo;
- ◉ druga zona je lična zona i prostire se od pola metra do stodvadeset centimetara. Tu su ljudi u stanju da se rukuju ili su makar na dužinu ruke udaljeni jedni od drugih;
- ◉ treća zona je društveno-konsultacijska zona i prostire se od sto dvadeset centimetara do tri metra. Najčešće se koristi pri svakodnevnim susretima društvenog ili poslovnog tipa;
- ◉ poslednja zona koja se naziva javnom zonom prostire se od tri metra pa naviše.

Ova podela ima za cilj da nam pomogne da znamo šta poručujemo kroz ovaj aspekt neverbalne komunikacije.

ŠTA JE NEVERBALNA KOMUNIKACIJA?

- ◉ Komunikacija bez reči? Govor tela?
- ◉ Važno je praviti razliku na dimenziji reči i vokala:

	verbalna	neverbalna
vokalna	Komunikacija putem izgovorenih reči	Različite vokalizacije ali ne u obliku reči
Bez vokala	Komunikacija pisanim rečima	Izraz lica, gest, položaj tela, dodir...

GLAS – VOKALNA EKSPRESIJA

- ◉ Kada razgovaramo sa nekim prenosimo mnogo više od samih reči, putem glasa.
- ◉ Jačina glasa – ljude koji govore glasnije obično shvatamo kao sigurne u sebe, prodorne, uticajne u odnosu na one koji govore tiho.
- ◉ Jačinu glasa treba menjati obično u zavisnosti od toga da li želimo da naglasimo pojedine reči i rečenice ili da unesemo dinamiku u svoj govor.
- ◉ Dinamika glasa se odnosi na brzinu govora.
- ◉ Obično osobe koje brzo govore smatramo za dinamične, one koje previše brzo govore nervozne, umeren govor karakterističan je za stabilne i promišljene ljude, dok suviše spor govor za bezvoljne i flegmatične osobe.
- ◉ Intonacijom glasa ljudi nam odaju da li je njihov ton ironičan, šaljiv, preteći, nesiguran ili upitni.
- ◉ Različiti uzdasi i izdasi mogu da odaju umor, razočaranost ili nestrpljivost, kao i nakašljavanje koje služi kao znak za privlačenje pažnje.

Izraz lica

BAZIČNE EMOCIJE:

- Sreća – radost
- Tuga – žalost
- Strah
- Gnev – ljutnja
- Gađenje
- Zainteresovanost



EASE



HAPPY OR
AMUSED



LAUGHTER



ANGER



HATE



AGGRESSIVE



SAD



BORED



MILD

osmeh

LAŽNI OSMEH:

- Nema pravu snagu
- Javlja se suviše brzo ili suviše sporo
- Ne uspeva da traje koliko treba
(povremeni osmeh ili ukočeni osmeh)
- Može biti asimetričan ili iskrivljen, sa jednim podignutim uglom usana
- Ne utiče na ostale delove lica, kao što su oči ili obrazi u onom stepenu u kojem to čini pravi osmeh



osmeh

PRAVI OSMEH

- Ima snagu
- Raste postepeno do pune snage i tako se gasi
- Traje izvesno vreme u skladu sa svojom snagom
- Simetričan je, sa razvučenim i podignutim usnama na oba ugla
- Utiče i na ostale delove lica: u spoljnim delovima očiju se javljaju zrakaste bore, ispod očiju se stvaraju kesice, a obrve se malo spuštaju

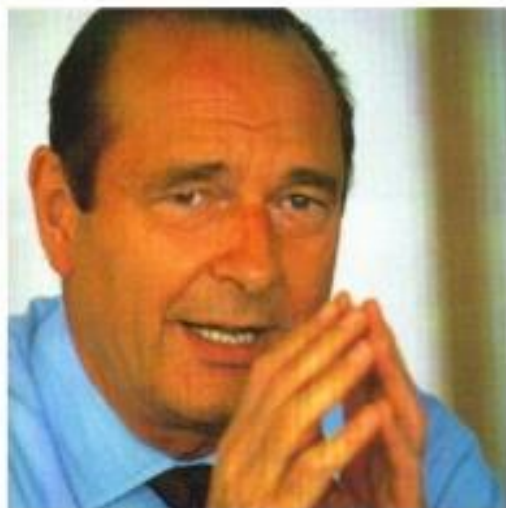


Ruke

tzv. Zvono

Pojavljuje se u interekciji između podređenog i nadređenog.

- Oni koji spadaju u sigurne i superiorne često koriste ovaj gest



tzv. Dijamant

Ruke koristi kao rekvizit.

Mnoge dame se koriste ovim trikom

- ◉ *Samopouzdanje ali i autorativnost prava su obeležja osobe koja drži ruke u ovom karakterističnom položaju. Njihova samouverenost leži u moći i kontroli koje poseduju kao i pristupu određenim informacijama ili životnom iskustvu koje daje prednost u odnosu na druge. Ovaj gest često koriste nadređeni . Osoba poseduje određenu moć ili želi da drugi tako misle.*



Preterana sigurnost



Koriste ga
političari, ali i policajci

Emocije koje oslikava:
superiornost,
samopouzdanje i moć

Ispružen kažiprst
izaziva negativna
osećanja kod slušalaca.
Pretnja!



UVOD

Najviše informacija na licu nose oči i usta, a tek posle ostali delovi lica.

Prepoznavanje:

- ◉ osnovne emocije kao što su sreća, iznenađenje, tuga ili bes, tačnije prepoznamo iz izraza od složenih emocija kao što su zavist ili ljubomora.
- ◉ pozitivne emocije (sreća, iznenađenje, ljubav, interes) obično se lakše i tačnije prepoznaju od negativnih emocija (strah, tuga, bes, odvratnost).

Kontrola izraza:

- ◉ u patrijarhalnoj sredini (dečaci i plač, strah...)
- ◉ profesionalna servilnost (prodavci, stjuardese, rad sa ljudima...)

E-EMOCIJE



VIZUELNO NEVERBALNO PONAŠANJE

Uključuje pokrete i držanje tela, gest, izraze lica i pogled koji nose veći deo značenja socijalne situacije. Postoji više vrsta:

- ◉ Emblemi : zamena za verbalnu komunikaciju (npr. utišavanje, mahanje...)
- ◉ Ilustratori: prate govor, pomažu u naglašavanju
- ◉ Adaptori: nesvesne simptomske radnje u funkciji prilagođavanja (češkanje, lupkanje olovkom, igranje prstenom...)
- ◉ Regulatori: pomažu u usklađivanju komunikacije (recimo kad želimo da nešto kažemo, ili odemo)

VIZUELNO NEVERBALNO PONAŠANJE

Ima 50-60 različitih pokreta tela od toga 33 uključuje samo područje glave i lica

Vizuelna neverbalna komunikacija se upotrebljava na sistematičan način (sledi određena pravila).

Određene grupe je različito upotrebljavaju:

Pol: način sedenja, hodanja, nošenja knjiga, podizanje sa poda u skladu sa ograničenjima odeće, količina pokreta uopšte i većih pokreta (manje kod žena), gledanje sagovornika (više kod žena)

Etnička pripadnost, rasa i kultura npr. ponašanje na sahranama Japan-Irska

TOPLA I HLADNA PONAŠANJA

'Topla' ponašanja	'Hladna' ponašanja
<ul style="list-style-type: none">- gleda u oči- dodiruje ruku sagovorniku- približava se sagovorniku- često se osmehuje- gleda sagovornika od glave do pete- ima veseli izraz lica- osmehuje se otvorenih ustima- sedi nasuprot sagovorniku okrenut prema njemu- potvrdno kima glavom- liže usta- podiže obrve- širom otvara oči- izražajno gestikulira dok govori- rasteže se	<ul style="list-style-type: none">- hladno bulji- podrugljivo se smeje- glumi da zeva- mršti se- udaljava se od sagovornika- gleda u plafon- čačka zube- odmahuje glavom- čisti nokte- gleda u drugom smeru ili luta pogledom po sobi- pući usta- pucketa prstima- gleda okolo po prostoriji- lupka rukom

PARALINGVISTIKA

- ◉ Bavi se načinom na koji govorimo, vokalnim karakteristikama govora (kako nešto kažemo?)
- ◉ Dimenzije koje određuju način su: ton glasa, intenzitet, artikulacija, brzina govora, visina glasova, fluentnost (ponavljanja, pauze, oklevanje, upotreba zvukova npr. hmmm) zatim vokalni izrazi kao što su plakanje, smejanje, jaukanje i sl.
- ◉ Način otkriva osećanja. Najlakše se prepoznaju bes, tuga, sreća i nervoza, a teže strah ljubav i iznenađenje.
- ◉ Prvi utisak u velikoj meri zavisi od vokalnih karakteristika (dubina glasa, količina govora : ljudima se najviše sviđaju oni koji govore 50 % vremena)

DODIR

- ◉ Vrlo širok opseg značanje : od brige do nasilja
- ◉ Potreba za dodirom i senzornom stimulacijom je prirodna, javlja se i kod dece i kod životinja.
- ◉ Uslovljene rodne razlike kod dece
- ◉ Značenje zavisi od situacije, dela tela, trajanja i intenziteta dodira
- ◉ Dodir se koristi za postizanje određenog uticaja (npr. govornica, zaboravljena kovanice, čovek koji ih ovlaš dodirne...)
- ◉ Varijacije sklonosti ka dodiru uslovljene polom, starošću, socijalnom ulogom, statusom, kulturom..

KOME VIŠE TREBA VEROVATI

- ◉ Verbalnog i neverbalnog: dvostruko više se veruje neverbalnoj komunikaciji!
- ◉ Neverbalnog i neverbalnog, npr. izraz lica i nervozne noge/ruke: više treba verovati pokretima tela. Kada želimo da sakrijemo šta osećamo, najpre kontrolišemo izraz lica.
- ◉ Reč i vokalno: ton glasa i način govora otkrivaju osećanja (drhtav, tihi, oklevajući) . Ubedljivo laganje podrazumeva potpuni sklad verbalnog i neverbalnog.
- ◉ Način govora otkriva laž a ne lice!
- ◉ Izuzetak: deca više veruju rečima!

PREPOZNAVANJE LAŽI

- Ljudi koji lažu govore sporije i višim glasom s više pogrešaka u govoru, manje nas gledaju u oči, duže traju pokreti kao što je češanje, manje klimaju glavom.
- Lakše ćemo prepoznati laž kod osoba koje poznajemo i znamo kako one komuniciraju kada su iskrene.
- Govor isprekidan pauzama i ispravkama
- Izbegavanje pogleda i treptanje govori o tome da osoba nije spremna otvoreno da komunicira.
- Pokreti ruku i dodirivanje različitih delova tela
- Mikroizrazi
- Može li vežba pomoći da bolje prepoznamo neiskrenost u komunikaciji?

NOVO

- ◉ Vokalni znaci su takođe pokazatelji emocionalnih stanja koji se sa značajnom pouzdanošću prepoznaju. U jednoj studiji (Juslin & Laukka, 2003) procenjivači su, samo na osnovu zvučnog zapisa, uspevali da pet osnovnih emocija - bes, strah, sreću, tugu, nežnost - prepoznaju sa tačnošću od 70%.
- ◉ Pitanja kako ljudi lažu i koliko su vešti u prepoznavanju laganja spadaju među omiljene teme istraživačima komunikacije i socijalne percepcije, i to iz više razloga. Prvo, laganje je jedan od rasprostranjenih fenomena u ljudskoj komunikaciji.
- ◉ Već deca od tri godina umeju da slažu. Prve laži se sastoje u reaktivnom negiranju optužbi, ali brzo uzimaju formu izmišljanja onoga što se nije desilo. Prema nekim procenama, ljudi veoma često lažu.

PREPOZNAVANJE LAŽI

- ◉ Drugi razlog je što je laganje ozbiljan problem u mnogim važnim socijalnim situacijama, npr. prilikom isleđivanja, suđenja, carinskih pregleda, i pronalaženje načina da se utvrdi ko laže a ko ne smatrao bi se veoma važnim praktičnim pronalaskom.
- ◉ Treći razlog je za istraživače važna činjenica da, za razliku od mnogih slučajeva gde ljudi donose sudove a da ne znamo da li su tačni ili ne pa ne možemo ispitivati tačnost sudova jer nemamo kriterijum tačnosti, kod laganja možemo imati objektivan kriterijum na osnovu kojeg znamo da li su procene ispitanika tačne ili ne.

PREPOZNAVANJE LAŽI

- ◉ Ispitivanja laganja idu u dva pravca. Jedan pravac ide za tim da se utvrdi koliko tačno ljudi mogu prepoznati ko laže a ko ne, i na koje znakove se pritom oslanjaju. Drugi pravac je pronalaženje u čemu se ponašanje prilikom laganja zaista razlikuje od govorenja istine.
- ◉ brojna istraživanja iznova pokazuju začuđujuće malu sposobnost ljudi da pogode da li neko laže ili ne.
- ◉ Jedna meta-analiza otkriva da, u eksperimentima gde su subjekti na osnovu posmatranja video-zapisa imali zadatak da pogode ko laže a ko ne, tačnost pogađanja jedva prelazi nivo slučajnosti (54%) a ako se isključi ton, tačnost opada na 51%

PREPOZNAVANJE LAŽI

- ◉ Još je više iznenađujuće to što među ljudima nema velikih razlika u sposobnosti otkrivanja laganja. Ljudi koji su imali profesionalnog iskustva sa prepoznavanjem laganja (sudije, islednici, carinici itd.) i oni koji su prošli obuke u prepoznavanju laganja u proseku su bili tek neznatno bolji od ostalih (nekada su bili i gori, jer su imali sklonost da laganje vide i tamo gde ga nema), ali su generalno bili uvereniji da su veštiji od drugih.

FORMIRANJE IMPRESIJE

- ◉ Formiranje impresije o drugoj osobi je veoma važan zadatak koji sebi skoro svakodnevno postavljamo. Šta da mislimo o našem novom susedu? Šta bi naša drugarica volela za rođendan? Šta da zaključimo o kandidatu na izborima? Da li je moja draga onakva kakva meni izgleda ili onakva kako je opisuju moji drugovi? Razmišljanje o drugima je naša stalna preokupacija, i možemo slobodno reći da ne možemo a da o osobi koju sretnemo ne formiramo neku impresiju.
- ◉ Već nam i iskustvo govori da se impresije o drugima formiraju vrlo brzo. Zagledajmo se pola minuta u nekog prolaznika ili saputnika u autobusu, i videćemo da ćemo nakon toga već imati neke utiske o njemu – ne samo o tome kog je pola, koliko otprilike godina ima, kom staležu pripada, već i o njegovim osobinama i karakteru, o tome koliko bi nam bilo zabavno da se s njim družimo i slično.

FORMIRANJE IMPRESIJE

- ◉ Impresije su po pravilu bogate detaljima. Mogli bismo satima da u društvu analiziramo (ogovaramo) nekog zajedničkog poznanika a da ni izbliza ne iscrpimo sve šta bismo o njemu mogli reći.
- ◉ A da li su naše impresije o drugima tačne?
- ◉ Istraživači su u prvi plan stavili druga pitanja: kako mi formiramo impresiju o drugim osobama i koje su karakteristike tih impresija.

CENTRALNE CRTE

- Dvema grupama procenjivača Aš je čitao listu od sedam atributa koji se odnose na neku osobu. Prva grupa je, na taj način, saznala da je neka osoba:

inteligentna - efikasna - marljiva - **srdačna** - odlučna - praktična - obazriva.

- Drugoj grupi je rečeno da je neka osoba:

inteligentna - efikasna - marljiva - **hladna** - odlučna - praktična - obazriva.

Varijacija od jedne osobine (srdačan–hladan) u listi od sedam osobina značajno je promenila impresije koje su na osnovu tih osobina formirane. Srdačna osoba je znatno češće opisivana kao velikodušna, društvena, srećna, omiljena itd. U nekim osobinama razlika nije bilo: i hladna i srdačna osoba su u podjednakoj meri opisivane kao pouzdane, uporne, ozbiljne, snažne, poštene...

CENTRALNE I PERIFERNE CRTE

- ◉ Na osnovu ovih rezultata, Aš je zaključio da je crta srdačan-hladan centralna crta, zato što u značajnoj meri utiče na ostale osobine koje će se datoj osobi pripisati.
- ◉ Da nisu sve osobine centralne, Aš je pokazao sledećim eksperimentom u kojem je umesto varijacije srdačan-hladan uveo varijaciju učtiv-neučtiv. Kao što se iz sledeće tabele vidi, pokazalo se da variranje ove osobine nije proizvelo značajnije razlike među opisima.

	Eksperiment I		Eksperiment II	
	„srdačan“ N=90	„hladan“ N=76	„učtiv“ N=20	„neučtiv“ N=26
1. velikodušan	91	8	56	58
2. mudar	65	25	30	50
3. srećan	90	34	75	65
4. dobroćudan	94	34	87	56
5. šaljiv	77	13	71	48
6. društven	91	8	83	68
7. omiljen	84	28	94	56
8. pouzdan	94	99	95	100
9. važan	88	99	94	96
10. čovečan	86	31	59	77
11. naočit	77	69	93	79
12. uporan	100	97	100	100
13. ozbiljan	100	99	100	100
14. suzdržan	77	99	83	77
15. altruističan	69	18	29	46
16. maštovit	51	19	33	31
17. snažan	98	95	100	100
18. pošten	98	94	87	100

EFEKAT PRIMARNOSTI

- Druga zakonitost koju je Aš uočio nazvana je efekat primarnosti. U eksperimentu u kojem se manifestovao ovaj efekat, Aš je imao dve grupe ispitanika.
- Jednoj grupi je čitao sledeće osobine:
inteligentan – marljiv – impulsivan – kritičan – tvrdoglav – zavidljiv,
i zatražio od njih da formiraju impresiju o toj osobi.
- Drugoj grupi je čitao ove osobine:
zavidljiv – tvrdoglav – kritičan – impulsivan – marljiv – inteligentan

EFEKAT PRIMARNOSTI

- ◉ Prva grupa procenjivača je osobu opisivala kao inteligentnu i vrednu osobu koja ima i neke mane.
- ◉ Druga grupa je osobu opisivala kao neprijatnu osobu koja ima i neke poiztivne osobine.
- ◉ Dakle, osobine koje su prve pročitane imale su veći uticaj (mada je vremenska razlika u dobijanju prve i poslednje osobine bila najviše minut-dva), pa je opis prve grupe bio znatno pozitivniji od opisa druge grupe.
- ◉ Veći broj eksperimenata je potvrdio pravilo primarnosti

EFEKAT RECENCIJE

- ◉ U nekim istraživanjima je konstatovan efekat recencije – to jest da kasnija informacija ima veći uticaj na impresiju od ranije informacije.
- ◉ Kada je u opisanom Lačinsovom eksperimentu između prvog i drugog pasusa postojala pauza od 15-tak minuta u kojoj su procenjivači čitali stripove, pokazalo se da je kasnija informacija imala veći uticaj na stvorenu impresiju.
- ◉ Efekat recencije se ređe sreće i obično se vezuje za situacije gde između prvih i kasnijih informacija postoji značajan vremenski razmak ili gde se procenjivačima skreće pažnja na važnost kasnijih informacija.

PROVERA U PRIRODNIM USLOVIMA

Harold Keli (Kelley, 1955) je preduzeo da Ašov ogled približi životnoj situaciji i da vidi da li pravilnosti koje je Aš uočio i tada postoje.

Grupi studenata je rečeno da će na predstojećem času imati priliku da, umesto uobičajenog predavača, slušaju njima dotle nepoznatog predavača.

Studenti su na papiru dobili kratku belešku o njemu, i rečeno im je da tu belešku pročitaju svako za sebe i da međusobno ne razgovaraju. Opis je sadržao osnovne biografske podatke, ali i kratak opis ličnosti.

Ljudi koji ga znaju, pisalo je u jednom opisu, smatraju ga prilično hladnom, marljivom, kritičnom, praktičnom i odlučnom osobom.

Drugi opis je bio istovetan, s jedinom razlikom da je umesto osobine hladan bila osobina srdačan.

Posle dvadesetominutnog razgovora sa studentima, kada je predavač napustio učionicu, studenti su zamoljeni da napišu svoj utisak o novom predavaču, i to najpre kao slobodan opis a zatim tako što će ga oceniti na 15 skala, koje su preuzete sa ček-liste iz Ašovog istraživanja.

PROVERA U PRIRODNIM USLOVIMA

Poređenje opisa pokazalo je da je variranje dimenzije srdačan-hladan zaista uticalo na impresiju koja je o predavaču formirana, na isti način kako je to registrovano u Ašovom eksperimentu.

Ali, sem što je analizirao procene studentata, Keli je bio u prilici da posmatra i upoređuje ponašanje studenata koji su pročitali da je novi nastavnik srdačan i onih koji su pročitali da je hladan.

Studenti koji su dobili informaciju o srdačnom nastavniku značajno češće su učestvovali u diskusiji od studenata koji su pročitali da je nastavnik hladan (56% prema 32%).

Što su studenti imali pozitivniju sliku o nastavniku, to su više učestvovali u diskusiji sa njim.