Autoreferat

1. Imię i Nazwisko: Karolina Hansen

2. Posiadane dyplomy, stopnie naukowe/ artystyczne – z podaniem nazwy, miejsca i roku ich uzyskania oraz tytułu rozprawy doktorskiej.

- 2013 - Doktor Nauk Humanistycznych w zakresie Psychologii (w oryginale: *Doctor Philosopiae*), Uniwersytet Fryderyka Schillera w Jenie, Niemcy, tytuł rozprawy *Interactions of accent and appearance in social categorization, impression formation, and economic decisions*

- 2008 - Magister Psychologii, Wydział Psychologii (w ramach Kolegium Międzywydziałowych Indywidualnych Studiów Matematyczno-Przyrodniczych, MISMaP), Uniwersytet Warszawski

3. Informacje o dotychczasowym zatrudnieniu w jednostkach naukowych/artystycznych.

10.2016 – obecnie	Adiunktka naukowo-dydaktyczna, Centrum Badań nad Uprzedzeniami, Wydział Psychologii, Uniwersytet Warszawski
10.2013 – 09.2016	Staż podoktorski (adiunktka naukowa) w Centrum Badań nad Uprzedzeniami, Wydział Psychologii, Uniwersytet Warszawski
2012 – 2015, 2018	Pobyty naukowe na Uniwersytecie Yale, USA (3, 1, 1, 1, 4 miesiące)
05.2013 – 09.2013	Asystentka w Instytucie Psychologii Polskiej Akademii Nauk, Warszawa
01.2013 – 04.2013	Młoda badaczka w Initial Training Network (ITN) Language, Cognition, Gender, Uniwersytet w Bernie, Szwajcaria
07.2009 – 06.2012	Studia doktoranckie w Jena Graduate School Human Behavior in Social and Economic Change, Uniwersytet Friedricha Schillera w Jenie, Niemcy

4. Wskazanie osiągnięcia* wynikającego z art. 16 ust. 2 ustawy z dnia 14 marca 2003 r. o stopniach naukowych i tytule naukowym oraz o stopniach i tytule w zakresie sztuki (Dz. U. 2016 r. poz. 882 ze zm. w Dz. U. z 2016 r. poz. 1311.):

a) tytuł osiągnięcia naukowego/artystycznego

Wpływ językowych znaczników etniczności i płci na postrzeganie innych

b) (autor/autorzy, tytuł/tytuły publikacji, rok wydania, nazwa wydawnictwa, recenzenci wydawniczy),

Moje główne zainteresowania badawcze leżą na pograniczu psychologii i lingwistyki. Zajmuję się różnymi aspektami języka i badam jak używany przez czy wobec danej osoby język wpływa na postrzeganie jej przez innych. Do habilitacji zgłaszam cykl ośmiu prac, w których pokazuję jak językowe znaczniki etniczności i płci wpływają na postrzeganie i stereotypizację. Jestem pierwszą autorką siedmiu prac, a drugą autorką jednej. Siedem z tych prac zostało opublikowanych w renomowanych czasopismach naukowych (ze wskaźnikiem impact factor zawsze powyżej 1), a jedna to rozdział w recenzowanej książce. Poniżej przedstawiam moje prace w takiej kolejności, w jakiej są później omawiane.

Hansen, K., Rakić, T., Steffens, M. C. (2017). Competent and warm? How mismatching appearance and accent influence first impressions. *Experimental Psychology*, *64*(1), 27-36. doi: 10.1027/1618-3169/a000348

IF 2.000

Hansen, K., Rakić, T., Steffens, M. C. (2018). Foreign-looking native-accented people: More competent when first seen rather than heard. *Social Psychological and Personality Science*. doi: 10.1177/1948550617732389.

IF 2.633

Hansen, K., Steffens, M. C., Rakić, T., Wiese, H. (2017). When appearance does not match accent: Neural correlates of ethnicity-related expectancy violations. *Social Cognitive, Affective Neuroscience, 12*(3), 507-515. doi: 10.1093/scan/nsw148

IF 5.101

Hansen, K., Dovidio, J. F. (2016). Social dominance orientation, non-native accents, and hiring recommendations. *Cultural Diversity and Ethnic Minority Psychology, 22*(4), 544-551. doi: 10.1037/cdp0000101

IF 1.790

Hansen, K., Rakić, T., Steffens, M. C. (2014). When actions speak louder than words: Preventing discrimination of nonstandard speakers. *Journal of Language and Social Psychology*, *33*(1), 66-75. doi: 10.1177/0261927x13499761

IF 1.324

Hansen, K. (2015). Różnorodność czy standaryzacja polszczyzny? Stosunek Polaków do dialektów, gwar i regionalnych naleciałości w wymowie. W: A. Stefaniak, M. Bilewicz, M. Winiewski (red.), *Uprzedzenia w Polsce* (s. 157-176). Warszawa: Liberi Libri.

Budziszewska, M., **Hansen**, K., Bilewicz, M. (2014). Backlash over gender-fair language: The impact of feminine job titles on men's and women's perception of women. *Journal of Language and Social Psychology*, *33*(6), 681-691. doi: 10.1177/0261927X14544371

IF 1.324

Hansen, K., Littwitz, C., Sczesny, S. (2016). The social perception of heroes and murderers: Effects of gender-inclusive language in media reports. *Frontiers in Psychology*, 369(7). doi: 10.3389/fpsyg.2016.00369

IF 2.463

c) omówienie celu naukowego/artystycznego ww. pracy/prac i osiągniętych wyników wraz z omówieniem ich ewentualnego wykorzystania.

W psychologii społecznej mówi się o trzech głównych kategoriach czy wymiarach społecznych w postrzeganiu innych: rasie/etniczności, płci i wieku (Fiske, Neuberg, 1990). Ludzie automatycznie kategoryzują nowo poznane osoby na tych wymiarach i mają trudności ze zignorowaniem tej informacji nawet wtedy, gdy kategorie te nie są potrzebne, bądź wręcz, gdy ich wpływ jest szkodliwy (Brewer, 1988; Fiske, Lin, Neuberg, 1999; Taylor, Fiske, Etcoff, Ruderman, 1978). Ostatnio niektórzy badacze dodają do tych trzech kategorii jeszcze język (Kinzler, Shutts, Correll, 2010). Język można widzieć albo, jako dodatkowy wymiar, albo, jak ja robię to w moich pracach, jako wskazówkę, co do pozycji danej osoby na trzech głównych wymiarach. Postrzegany wiek jest tu stosunkowo najbardziej spójny a przez to mniej ciekawy i wymagający badań, dlatego ja zajęłam się etnicznością i płcią.

Znaczniki etniczności w języku

W psychologii większość badań dotyczących kategoryzacji, stereotypów czy dyskryminacji koncentrowała się na wskazówkach wizualnych. Jednak inne wskazówki mogą również grać ważną rolę w tych procesach. Takim właśnie ważnym znacznikiem etnicznym jest akcent w wymowie. W moich badaniach zajmuję się niedocenionym w psychologii tematem postrzegania i rozumienia osób, których wymowa fonetycznie odbiega od standardowej, co powszechnie nazywa się *mówieniem z obcym akcentem* albo nawet prościej *mówieniem z akcentem*.[1]

Po fali socjolingwistycznych badań w latach 60tych i 70tych XX wieku temat postrzegania osób mówiących z akcentem przestał być popularny. W moich badaniach pokazuję, że niesłusznie, gdyż obcy akcent w wymowie jest społecznie bardzo silnym sygnałem i podstawą ocen w postrzeganiu społecznym. Choć nie musi być tak zawsze (Pietraszewski, Schwartz, 2014), w moich badaniach okazuje się on być nawet silniejszym sygnałem społecznym niż wygląd. Co ważne, sposób wymowy nie zawsze jest spójny z wyglądem danej osoby, co wprowadza szczególnie ciekawe teoretycznie i praktycznie pytania. W moich badaniach badam postrzeganie zarówno osób o akcencie spójnym z wyglądem, jak i niespójnym. O ile w socjolingwistyce temat postrzegania akcentów był kiedyś intensywnie i nadal jest czasem poruszany, to połączenie i kontrastowanie akcentu i wyglądu jest zupełnie nowe zarówno na gruncie psychologii, jak i socjolingwistyki. Wraz z rosnącymi migracjami oraz globalizacją, coraz więcej będzie osób, które będą, na przykład, mieszkać w Europie, wyglądać na imigrantów z Bliskiego Wschodu, ale mówić tak, jak rodzimi użytkownicy i użytkowniczki danego języka. Badanie postrzegania takich osób jest ważne i teoretycznie, by zrozumieć procesy psychologiczne takiego postrzegania, jak i praktycznie, by móc oceniać takie osoby sprawiedliwie.

[1] Pisząc o *mówieniu z obcym akcentem* mam na myśli mówienie z akcentem innym niż standardowy, z obcymi naleciałościami fonetycznymi. Określenie *mówienie z akcentem* jest dużym uproszczeniem, ponieważ każdy mówi z jakimś akcentem, choćby rodzimym dla danego języka. Pozawalam sobie na takie uproszczenie, ponieważ określenie to jest bardzo intuicyjne i pojawia się często w literaturze naukowej na ten temat.

Kilka uwag metodologicznych

Zanim omówię badania opisywane w zgłoszonych tu pracach, pragnę pokrótce przedstawić metodologię moich badań i ogólnie specyfikę badań z użyciem fotografii twarzy czy nagrań głosu.

Zacznę od prostszego z tych dwóch elementów – fotografii twarzy. Z dostępnych baz zdjęć oraz z samodzielnie wykonanych zdjęć osób o odpowiednim wyglądzie należy wybrać takie, które zapewniają, że manipulacja eksperymentalna działa zgodnie z zamierzeniem, a efekty eksperymentów będą interpretowalne. Aby to uzyskać, w wielu moich badaniach najpierw wstępnie wybieram pulę zdjęć, a potem przeselekcjonowane zdjęcia dodatkowo testuję na mniejszej grupie badanych niż badanie docelowe (zazwyczaj 20-30 osób). Na podstawie wyników testów wybieram te zdjęcia, które spełniają ustanowione kryteria. Takim kryterium jest to, żeby zdjęcia osób, które mają być użyte, jako prezentujące rodzimych mieszkańców wyglądały typowo dla danej grupy, czyli, na przykład, typowo polsko czy niemiecko. Podobnie, zdjęcia, które mają przedstawiać, powiedzmy, tureckich imigrantów muszą być rozpoznawalne, jako takie. Ponadto, aby uniknąć zjawiska *piękne jest dobre* (Dion, Berscheid, Walster, 1972), wybieram zdjęcia twarzy, które w preteście są oceniane przez osoby badane, jako podobnie atrakcyjne i sympatyczne.

Jeśli chodzi o badanie sposobu wymowy, to też potrzeba tu starannego przygotowania nagrań używanych potem jako bodźce. Ludzkie głosy różnią się między sobą nie tylko akcentem, ale innymi cechami, takimi jak tembr głosu. Tembr głosu może wpływać na atrakcyjność danego głosu i wpływać na oceny. W swoich badaniach używam dwóch strategii metodologicznych, mających na celu zmniejszenie wpływu cech konkretnego głosu.

Pierwszą strategią jest użycie kilku głosów dla każdej badanej kategorii akcentu, na przykład, używam czterech głosów mówiących standardowo oraz czterech głosów mówiących z obcym akcentem. Badani oceniają albo wszystkie te osoby, albo losowo wybraną część z nich (por. Wells, Windschitl, 1999). Oczywiście ilość bodźców jest dopasowana do konkretnego badania i w badaniu, w którym biorą udział dziesiątki albo setki osób, używam kilku nagrań, ale w badaniu z użyciem encefalografii (EEG), które wymaga dużo większej precyzji pomiaru badani słuchają 30-60 głosów. We wszystkich moich badaniach stosuję albo pełną randomizację, albo rozłożenie bodźców równomiernie w różnych wersjach badania. Poza użyciem wielu osób na każdą kategorię, aby manipulacja eksperymentalna była ściśle taka, jak zamierzona, nagrania dodatkowo testuję i wybieram te, które spełniają ustanowione kryteria. Takim kryterium dla nagrań jest to, żeby głosy rodzime brzmiały jak rodzime, a te z obcym

akcentem, by miały wyraźny, jednak nie za mocny, akcent. Ponadto i dla nagrań staram się uniknąć zjawiska *piękne jest dobre* i tego, że niższe głosy są oceniane, jako np. bardziej kompetentne (Zuckerman, Driver, 1989). Dlatego wybieram głosy zarówno rodzime jak i z obcym akcentem, które są oceniane, jako podobnie atrakcyjne i sympatyczne. Wszystko to wymaga znalezienia wielu osób w odpowiednim przedziale wiekowym z odpowiednim akcentem i zebrania dużej ilości nagrań. Potem następuje przygotowanie dźwiękowe nagrań, testy i selekcja do docelowego badania.

Drugą strategią unikania wpływu innych cech głosu niż akcent, jest metoda nazywana *matched guise technique* (Lambert, Hodgson, Gardner, Fillenbaum, 1960). Polega ona na użyciu nagrań z różnymi akcentami, ale przygotowanych przez jedną osobę. W ten sposób głos w różnych wersjach ma podobne cechy i inna ocena wynikać będzie z różnych akcentów, a nie z cech głosu różnych osób. Zazwyczaj nagrania przygotowuje albo profesjonalny/a aktor/ka, albo osoba dwujęzyczna, która wychowała się już w kraju osiedlenia i mówi standardowo, ale potrafi też przełączać się na mówienie z takim akcentem, jak jej rodzice. O ile w przypadku nagrywania wielu „prawdziwych" osób mówiących z akcentem trudność polega na znalezieniu i nagraniu wielu takich osób, to w przypadku strategii z aktorem/ką trudność polega na znalezieniu odpowiedniej osoby i przygotowaniu nagrań, które brzmią autentycznie (Solís Obiols, 2002).

Badania z użyciem nagrań z akcentami są czasochłonne w przygotowaniu, ale ciekawe naukowo. Są one też ciekawe dla osób badanych, nawet jeśli (a może właśnie dzięki temu, że) wymagają nieco więcej zaangażowania, skupienia i technicznych możliwości odsłuchania nagrania. Z powyższych powodów badania takie przeprowadzam często w laboratorium. Jeśli badanie jest przeprowadzane online, to odbywa się to z odpowiednią weryfikacją, czy osoby badane naprawdę usłyszały nagranie/a. Wszystko to zapewnia ścisłą kontrolę eksperymentalną, jednak czasochłonność przygotowania i późniejsze zaangażowanie osób badanych zmniejszają ilość eksperymentów, które można przeprowadzić w danym czasie w porównaniu do, na przykład, badań czysto ankietowych.

Akcent i wygląd

We współpracy z badaczkami z Niemiec i z Wielkiej Brytanii przeprowadziłam serię badań eksperymentalnych sprawdzających, jak kategoryzowane i oceniane są osoby, których akcent jest niespójny (albo spójny) z ich wyglądem.[2]

W logicznie pierwszym artykule na temat zaskakujących kombinacji akcentu i wyglądu, opublikowanym w *Experimental Psychology,* opisuję rozbudowane badanie[3], w którym prezentowałam badanym osoby o wyglądzie imigranckim (tureckim) lub lokalnym (niemieckim), mówiące do tego standardowo po niemiecku albo z obcym akcentem. W badaniu tym, jak i w następnych na ten temat używałam strategii nagrywania wielu osób naturalnie mówiących z obcym akcentem lub bez, testowania nagrań i wybierania takich, które są podobnie atrakcyjne. Osoby badane oceniały cztery typy kandydatów do pracy:

1) wyglądających niemiecko i mówiących standardowym niemieckim,
2) wyglądających turecko i mówiących z tureckim akcentem,
3) wyglądających turecko, ale mówiących standardowo,
4) wyglądających niemiecko, ale mówiących z tureckim akcentem.

Bazując na etnolingwistycznej teorii tożsamości (Giles, Johnson, 1987) przewidywałyśmy, że akcenty będą silnymi wskazówkami do kategoryzacji oraz do oceny przestawianych osób. Ponadto, na podstawie teorii zaskoczenia, czy bardziej dosłownie „zaburzenia oczekiwań" (expectancy violation theory, Burgoon, Burgoon, 2001; Roese, Sherman, 2007) spodziewałyśmy się, że osoby o niespójnym wyglądzie i akcencie będą oceniane bardziej ekstremalnie niż te o spójnym. Nasze hipotezy potwierdziły się. Akcent zdominował kategoryzację tych osób jako Niemiec/nie-Niemiec. Ponadto, czasy reakcji pokazały, że osoby o niespójnym wyglądzie i akcencie były trudniejsze do zakategoryzowania niż te o spójnym. Akcent kierował też oceną kompetencji w dużo większym stopniu niż wygląd. Zgodnie z oczekiwaniami, kiedy wygląd danego kandydata

[2] Ponieważ tematyką niespójnego akcentu i wyglądu zaczęłam się zajmować jeszcze podczas studiów doktoranckich, dla jasności i przejrzystości zaznaczam, które części danej pracy były przeprowadzone czy przygotowane jeszcze w ramach doktoratu, a które później. Dotyczy to jedynie trzech z dziewięciu zgłaszanych prac. Wiem, że z praktycznego punktu widzenia łatwiej ocenia się dorobek habilitacyjny, którego żadna część nie ma nic wspólnego z tematyką doktoratu. Jednak temat, który zaczęłam badać był i jest nowy w psychologii społecznej, jest ważny teoretycznie i praktycznie, a do tego szeroki i otwiera wiele ścieżek i pytań badawczych. Dlatego kontynuowałam i nadal kontynuuję podobne badania.

[3] Część danych zaprezentowana w tym artykule została zebrana w ramach mojego doktoratu, a część danych (kategoryzacja twarzy i głosów) już później. Dane zostały w pełni opracowane i opisane po doktoracie.

wskazywał na przynależność do stereotypowo negatywnej grupy (wyglądał typowo turecko), a akcent na przynależność do stereotypowo pozytywnej grupy (miał standardową niemiecką wymowę), to taka osoba wywoływała zaskoczenie i była postrzegana wyjątkowo pozytywnie – i jako kompetentna, i ciepła. Wskazuje to nie tylko na wielką rolę akcentu, ale też bardziej ogólnie na to, że łączenie informacji wizualnych i dźwiękowych daje pełniejszy obraz procesów leżących u podstaw formowania wrażeń.

Poprzedni artykuł dostarczył pierwszych wniosków na temat postrzegania osób o niespójnym akcencie i wyglądzie. W badaniu z tego artykułu głosy i zdjęcia twarzy były prezentowane zaraz po sobie i równoważyłam w nim kolejność prezentacji (połowa osób widziała twarz i zaraz potem słyszała głos, połowa słyszała najpierw głos, a potem widziała twarz). Jednak często w życiu codziennym najpierw mamy jedną informację na temat danej osoby, a potem poznajemy resztę. Czasem najpierw kogoś widzimy, a głos przychodzi później. Dzieje się tak na przykład, kiedy widzimy kogoś z daleka i z bliska słyszymy głos, albo, kiedy mamy przed sobą życiorys ze zdjęciem czy profil na portalu społecznościowym i dopiero później spotykamy tę osobę. Może być i na odwrót – możemy usłyszeć kogoś przez telefon, a dopiero potem poznać osobiście czy zobaczyć zdjęcie tej osoby. Czasem wygląd czy głos danej osoby może być niespójny z naszymi oczekiwaniami, które wykształciliśmy na podstawie pierwszej porcji informacji. Czy w takiej sytuacji ocenimy tę osobę inaczej, zależnie od tego, z którą z informacji zetknęliśmy się wcześniej?

W artykule opublikowanym w *Social Psychological and Personality Science* pokazuję badania, w których modyfikowałam kolejność prezentacji twarzy i głosu osób o niespójnym akcencie i wyglądzie.[4] Kiedy badani najpierw widzieli turecki wygląd kandydata do pracy, a potem słyszeli jego standardową niemiecką wymowę, byli pozytywnie zaskoczeni i oceniali go bardzo dobrze. Kiedy z kolei najpierw słyszeli jego głos, a potem widzieli, że jest tureckiego pochodzenia, byli negatywnie zaskoczeni i oceniali go gorzej. Badania te pozwalają zrozumieć kolejny aspekt tworzenia wrażenia przez osoby o stereotypowo niespójnym akcencie i wyglądzie.

Pokazują one też ciekawe i ważne praktycznie zjawisko. Oczywiście najlepiej, gdyby takie osoby zawsze były postrzegane podobnie i pozytywnie. Jednak, jeśli mają wybór i taką możliwość, to wydaje się, że lepiej, gdy dadzą się jednocześnie zobaczyć i usłyszeć. Jeśli nie jest to możliwe, a wiedzą, że będą mieć „drugą szansę" to lepiej, jeśli najpierw obniżą

[4] Dane w tym artykule zostały zebrane w czasie moich studiów doktoranckich, jednak wtedy zostały tylko częściowo opracowane i dotyczyło to tylko części danych. Pełne i bardziej dogłębne opracowanie danych oraz napisanie artykułu nastąpiło później.

oczekiwania, a potem pozytywnie zaskoczą odbiorców. Dodatkowo, artykuł ten (jak i kolejne moje prace) jest napisany według najnowszych standardów raportowania badań, z prezentacją wszystkich zmiennych i wyników, ale jednocześnie w sposób, który nie przytłacza czytelników.

Poza badaniami z użyciem metod eksperymentalnej psychologii społecznej, przeprowadziłam też badanie, w którym użyłam techniki elektroencefalografii (EEG) i pokazałam neurologiczne korelaty zaskoczenia wywoływanego przez osoby, u których kombinacja wyglądu i akcentu jest zaskakująca. Artykule opisujący to badanie ukazał się w *Social Cognitive and Affective Neuroscience*. Pokazuje on, że reakcje na takie osoby są bardzo szybkie i są one odzwierciedlone w komponencie N2 elektrycznej fali mózgowej (zbliżonym do komponentu niespójności N400). Wyniki badania EEG potwierdziły moje poprzednie badania i wzmocniły ich wnioski. Fakt, że połączenie niespójnego wyglądu i akcentu wpływa nie tylko na świadome oceny, ale działa już na poziomie automatycznych reakcji mózgu może mieć daleko idące konsekwencje. Jeśli wyniki moich badań byłyby przestrogą dla osób rekrutujących nowych pracowników i pracowniczki, to prawdopodobnie w spokojnych warunkach, gdzie jest dużo czasu na decyzję osoby takie byłyby w stanie kontrolować swoje reakcje. Jednakże pod presją czasu czy presją ze strony przełożonych, może być trudno nie kierować się swoją pierwszą reakcją.

Moje powyższe badania pokazują, że warto używać w badaniach zarówno informacji o wyglądzie, jak i informacji o wymowie innych. Poza tym, warto też łączyć różne metody badawcze, by lepiej poznać badane zjawiska. Temat postrzegania zaskakujących etnicznie osób jest ważny nie tylko teoretycznie, ale i praktycznie, biorąc pod uwagę rosnące migracje zarówno na świecie, jak i w Polsce.

Akcent, jako wymówka i jak z tym walczyć

Zarówno badania socjolingwistyczne, jak i moje własne pokazują, że osoby mówiące z obcym akcentem są oceniane bardziej negatywnie niż osoby mówiące w sposób standardowy. Wyjaśnienia tego zjawiska odwołują się do dwóch mechanizmów (Dovidio, Gluszek, 2012). Jednym z nich jest kategoryzacja osoby z akcentem, jako członka grupy obcej (często o niższym statusie) i aktywizacja negatywnego stereotypu. Drugim mechanizmem może być postulowana trudność w zrozumieniu osoby mówiącej odmiennie. Co widać w moich opisanych wcześniej badaniach, akcent jest niewątpliwie silną wskazówką, co do przynależności etnicznej danej osoby. Co do drugiego procesu, tu mniej jest badań sprawdzających, czy faktycznie on

zachodzi. Ponadto, rozumienie może być czymś obiektywnym albo subiektywnym. W moim badaniu testowałam jak silnie i czy w ogóle obiektywne i subiektywne rozumienie danej osoby są ze sobą związane. Chciałam też sprawdzić czy poziom uprzedzeń może wpływać nie tylko na oceny, ale też na rozumienie. Badania przeprowadziłam w Stanach Zjednoczonych we współpracy z prof. Johnem Dovidio, a ich wyniki ukazały się w czasopiśmie *Cultural Diversity, Ethnic Minority Psychology.*

W tym badaniu analizowałam, jak Amerykanie postrzegają osoby mówiące z akcentem azjatyckim (chińskim) i latynoskim (hiszpańskim). Warto zaznaczyć, że Azjaci są postrzegani w USA, jako dobrze zintegrowani, wykształceni i o wysokim statusie ekonomicznym. Z kolei Latynosi są postrzegani są, jako mało zintegrowani i o niskim statusie społeczno-ekonomicznym (Taylor i in., 2012). Osoby badane odsłuchiwały stosunkowo długiego (około minutowego) nagrania, w którym kandydat do pracy opowiadał z chińskim albo hiszpańskim akcentem o swoim dotychczasowym doświadczeniu zawodowym. O ile w poprzednich badaniach prezentowałam wiele nagrań różnych osób, tym razem wybrałam metodę nagrywania aktora, który czyta ten sam tekst z obcym akcentem lub bez. Tekst zawierał sporo szczegółów i po wysłuchaniu go osoby badane odpowiadały na kilka pytań sprawdzających czy zrozumiały wygłoszone treści, oceniały jak trudno było zrozumieć osobę z nagrania i czy powinno się ją zatrudnić. Co ważne, mierzyłam też orientację na dominację społeczną (SDO) osób badanych. SDO to bardzo szeroka i uniwersalna miara uprzedzeń, która podkreśla hierarchie społeczne i pyta o ich szkodliwość lub zasadność (Pratto, Sidanius, Stallworth, Malle, 1994).

Wyniki pokazały, że subiektywne i obiektywne zrozumienie bardzo słabo wiązały się ze sobą. Niezależnie od tego, ile obiektywnie badani zrozumieli, osoby bardziej uprzedzone twierdziły, że trudniej było zrozumieć kandydata Latynosa (niższy status w hierarchii) niż Azjatę (wyższy status) i oceniały go przez to gorzej. Ponadto badanie to pokazało, że nie tylko subiektywna trudność zrozumienia osoby mówiącej z obcym akcentem wywołuje uprzedzenia, ale i odwrotnie - osoby uprzedzone do imigrantów częściej deklarują, że ich nie rozumieją. Co istotne, osoby mówiące z obcym akcentem były obiektywnie rozumiane (jak wskazywały wyniki na teście zrozumienia), ale osoby uprzedzone twierdziły, że mało zrozumiały. Działo się tak szczególnie w przypadku Latynosów – grupy o niskim statusie, a mniej w przypadku Azjatów – pozytywnie postrzeganych w USA.

Badanie to pokazuje, że uprzedzenia, szczególnie do grup o niskim statusie w społeczeństwie, mogą prowadzić do poczucia, że trudno te osoby zrozumieć. Akceptacja dyskryminacji ze względu na wygląd, szczególnie w USA, jest niska i nie wypada nie zatrudnić

kogoś ze względu na etniczność czy rasę. Wydaje się jednak, że akcent może być użyty jako narzędzie dyskryminacji, ponieważ jest uznawany za dobrą podstawę oceny, czy ktoś powinien być zatrudniony czy nie. Badania te są ważne teoretycznie, gdyż pokazują mechanizmy uprzedzeń i dyskryminacji. Są też ważne praktycznie, ponieważ pokazują, że akcent i subiektywny brak zrozumienia rozmówcy mogą być używane, jako sposób na uzasadnianie dyskryminacji. Ostatnio przeprowadziłam ponownie takie badanie, tym razem na dużo większej próbie, i uzyskałam prawie identyczne wyniki, jak poprzednio. To smutne, ale pokazuje, że wynik ten jest stabilny. Zamierzam kontynuować podobne badania by lepiej zrozumieć jawną jak i utajoną dyskryminację językową i etniczną.

Patrząc na wyniki moich badań można dojść do wniosku, że są one pesymistyczne. Jednak lepsze zrozumienie dyskryminacji, (ale też faworyzacji) może pomóc jej przeciwdziałać. Czy można w ogóle zapobiec dyskryminacji na podstawie akcentu? Dotychczas uwaga badaczy i badaczek była często skupiona na tym, jak zmienić wymowę osób, które mówią z obcym akcentem. W artykule opublikowanym w *Journal of Language and Social Psychology* starałam się spojrzeć na ten problem z drugiej strony – ze strony uprzedzonych słuchaczy. W moim badaniu pokazuję, że osoby, które miały okazję przed badaniem przez chwilę porozmawiać w obcym języku (a więc same powiedzieć coś z obcym akcentem i przyjąć perspektywę osób mówiących z akcentem) lepiej oceniały potem kandydatów do pracy, którzy mówili z obcym akcentem.[5] Moje badania w momencie ukazania się były dopiero drugimi badaniami pokazującymi, jak można zmniejszyć dyskryminację osób mówiących z akcentem. Dodatkowo, sytuacja eksperymentalna była zaaranżowana w innowacyjny sposób, tak aby badani nie byli zasugerowani, że jedna część badania może mieć coś wspólnego z drugą i by nie wpływało to na ich odpowiedzi. Badani czekając pod drzwiami laboratorium byli pytani po angielsku jak dotrzeć do biblioteki. Odpowiadali i następnie, nieświadomi że była to już część badania, wchodzili do laboratorium by później (lepiej) oceniać osoby mówiące z obcym akcentem. Oczywiście warto takie badania kontynuować i sprawdzać w jakich warunkach taka interwencja działa lepiej, a w jakich gorzej.

[5] Badanie zawarte w tym artykule powstało podczas moich studiów doktoranckich i zostało też wtedy wstępnie opisane. Dokończenie pracy i wysłanie artykułu nastąpiło później.

Stosunek do akcentów i dialektów w Polsce

Poza badaniami we współpracy z zagranicznymi naukowcami i naukowczyniami, prowadzę też badania w Polsce. Niektóre z nich są jeszcze w recenzji albo w opracowaniu, ale niektóre już się ukazały. W rozdziale opublikowanym w książce *Uprzedzenia w Polsce* badałam stosunek Polaków do dialektów i regionalnych odmian wymowy.

Wiele badań zagranicznych pokazuje, że osoby mówiące w lokalnym dialekcie są czasem postrzegane, jako ciepłe i sympatyczne, ale za to równocześnie, jako mało kompetentne i o niskim statusie społecznym (Fuertes, Gottdiener, Martin, Gilbert, Giles, 2012; Yzerbyt, Provost, Corneille, 2005). Zarówno w polskiej psychologii jak i lingwistyce mało było dotychczas zainteresowania kwestiami stosunku Polaków do polskich dialektów i niestandardowych sposobów wymowy. Wiele osób zajmuje się badaniem samych dialektów, jednak brakuje badań nad tym, jak osoby mówiące niestandardowym polskim są postrzeganie przez innych. Jednocześnie język był i jest w Polsce subtelnym sygnałem statusu społecznego, pochodzenia z danego regionu geograficznego, czy ogólnie pochodzenia ze wsi lub miasteczek w kontraście do pochodzenia z większych miast. Poza tym nie było dotychczas danych na temat tego, ile procent Polaków i Polek mówi polszczyzną z wymową odbiegającą od standardowej. Aby móc powiedzieć coś na temat Polski w ogóle, moje badanie przeprowadziłam na reprezentatywnej próbie Polaków w ramach Polskiego Sondażu Uprzedzeń.

Aby rozszerzyć zakres badania odmienności w wymowie, zdecydowałam się pytać nie o język używany (jak w cenzusie) czy nawet o dialekt, ale o to, czy wymowa respondentów i respondentek odbiega choćby trochę od polszczyzny ogólnej, potocznie mówiąc, czy mówią z akcentem regionalnym. Celem badania była próba zdiagnozowania, na ile Polacy sami mówią z jakimiś naleciałościami, na ile popierają pielęgnowanie dialektów i gwar, używanie ich w różnych kontekstach, oraz z jakimi cechami demograficznymi i psychologicznymi respondentów się to wiąże. Poza celem opisowym podejrzewałam, że wspieranie różnorodności wymowy będzie zależało od stopnia identyfikacji z Polską i Polakami oraz od dwóch zmiennych światopoglądowo-psychologicznych: prawicowego autorytaryzmu (RWA; Altemeyer, 1981) i wspomnianej już wcześniej orientacji na dominację społeczną (SDO; Pratto, Sidanius, Stallworth, Malle, 1994).

Wyniki pokazały, że tak, jak i w całej Europie, w Polsce też powszechne jest oczekiwanie od innych, by byli w stanie mówić standardową odmianą języka. Zarazem jednak w wielu państwach europejskich występują silne różnice regionalne w sposobie mówienia, które są kultywowane na co dzień i są źródłem tożsamości lokalnej i dumy. Moje badania

potwierdziły ogólne przypuszczenia, że w Polsce obserwujemy raczej niewielką różnorodność wymowy. Jest ona niewielka, ale Polacy deklarują, że chcą, by była ona zachowana. Powstaje zatem pytanie, jak i gdzie pielęgnować polskie dialekty? W moich badaniach okazało się, że używanie ich w domowym zaciszu spotkało się ze zdecydowanie wyższą akceptacją niż posługiwanie się gwarami w miejscach publicznych. W tych ostatnich oczekiwano raczej ogólnej literackiej polszczyzny. Zatem chcemy, żeby dialekty były pielęgnowane, ale jednocześnie nie chcemy by były obecne w miejscach publicznych. Jest to gorzki wniosek, który wart jest dalszych badań.

Znaczniki płci w języku

W mojej pracy poza badaniem znaczników etniczności w języku przyglądam się też drugiemu wielkiemu wymiarowi postrzegania innych: płci (Fiske, Neuberg, 1990). O ile w przypadku etniczności coraz częściej mamy do czynienia z osobami, które trudno jest zakategoryzować etnicznie, bo, tak jak w moich badaniach, wyglądają na członków grupy obcej, ale mówią jak członkowie grupy własnej, w przypadku kategoryzacji płci mamy przy kategoryzacji zazwyczaj mniej wątpliwości. Oczywiście istnieją sytuacje wieloznaczne, w których trudno szybko i automatycznie określić płeć danej osoby słysząc jej głos, ale są to sytuacje dużo rzadsze niż w przypadku etniczności (Ko, Judd, Blair, 2006). Warto je oczywiście badać, ale ja w moich badaniach zajmuję się dużo częściej pojawiającą się i bardzo polaryzującą kwestią płci w języku: żeńskimi znacznikami w języku.

Jednym z takich znaczników są żeńskie formy nazw zawodów czy ról społecznych. Język odzwierciedla dominację mężczyzn w pewnych rolach i zawodach. Nikogo nie dziwią formy takie jak praczka czy sprzątaczka, ale profesorka czy prezydentka już tak. Używa się też form męskich liczby mnogiej, mając na myśli zarówno mężczyzn, jak i kobiety. Żeńskie formy budzą kontrowersje i są komentowane zarówno w życiu codziennym jak i na arenie politycznej. Od czasu do czasu mamy do czynienia z wielką publiczną debatą nad takimi formami. Kiedy Joanna Mucha poprosiła, żeby nazywać ją ministrą, wywołało to wielką dyskusję nad żeńskimi formami nazw ról i zawodów.

Jak mówi teoria zgodności ról (Eagly i Karau, 2002), osoby pasujące do oczekiwań społecznych wobec swojej płci są oceniane lepiej niż te łamiące te oczekiwania. Tak wytłumaczona może być, na przykład, niechęć i dyskryminacja kobiet na wysokich stanowiskach – ich funkcja nie pasuje do stereotypowego postrzegania kobiet, jako zależnych,

podporządkowanych i raczej ciepłych, ale mniej kompetentnych (Eckes, 2002; Fiske, Cuddy, Glick, Xu, 2002).

Wraz z Magdaleną Budziszewską i Michałem Bilewiczem zajęliśmy się tym tematem, a wyniki badań opublikowaliśmy w artykule w *Journal of Language and Social Psychology*. Oczywiście własna płeć może wpływać na oceny kobiet i mężczyzn i tak też było w naszym badaniu. Pokazujemy tam, że mężczyźni oceniają kobiety określone żeńską formą zawodu, jako mniej sympatyczne i kompetentne niż kobiety określone męską formą tego samego zawodu. Te oceny z kolei prowadzą do tego, że mężczyźni mniej chcą taką kobietę zatrudnić. Kobiety nie reagowały w taki sposób, ich oceny były łagodniejsze zarówno pod względem kompetencji jak i darzonej sympatii. Co ważne, większość podobnym badań ma ten mankament, że częstość używania danego słowa, tu żeńskiej formy zawodu, wpływa na odpowiedzi niezależnie od samej formy żeńskiej czy męskiej, co utrudnia interpretację wyników. Aby tego uniknąć, zastosowaliśmy w naszym badaniu innowacyjne podejście i użyliśmy nieistniejących, futurystycznych nazw zawodów, a sytuację w badaniu umieściliśmy w dalszej przyszłości. Dzięki temu uniknęliśmy wpływu frekwencji wyrazów i efektów ich częstszej lub rzadszej ekspozycji.

W innym badaniu, w ramach Polskiego Sondażu Uprzedzeń przeprowadzonego przez Centrum Badań nad Uprzedzeniami na reprezentatywnej próbie Polaków i Polek zadałam pytanie *Czy w języku polskim powinno się używać żeńskich form w przypadku wszystkich zawodów?* Prawie połowa (49%) osób powiedziała, że nie, nie powinno się. Przeciwnego zdania było 28% osób, 15% udzieliło odpowiedzi neutralnej, a 8% nie miało zdania na ten temat. Co ciekawe, średnio kobiety i mężczyźni nie różnili się między sobą w odpowiedziach, ale odpowiedzi mężczyzn zależały od ich wieku, wykształcenia czy wielkości miejscowości zamieszkania, podczas gdy wyniki kobiet nie. Ogólnie, większość Polaków i Polek jest raczej przeciwko żeńskim formom zawodów, ale jest też znaczna grupa popierająca takie formy. Pracy tej nie zgłaszam, jako części osiągnieć, ponieważ nie jest to w ścisłym sensie publikacja naukowa, ale wspominam ją (i umieszczam w wykazie osiągnięć), ponieważ daje ona ważne tło dla reszty moich badań. Jest też jednym z (bardzo wielu) przykładów na to, że poza publikowaniem prac w czasopismach naukowych, zajmuję się też popularyzowaniem i promowaniem nauki oraz rzetelnej wiedzy w społeczeństwie.

W powyższym sondażu udzielone odpowiedzi były deklaracjami, a co stałoby się, gdyby przedstawić osobom badanym tekst mówiący o jakimś zawodzie czy roli społecznej tylko w formie męskiej lub przy użyciu form męskich i żeńskich? Czy czytelnicy takiego tekstu pomyśleliby częściej o kobietach, jeśli kobiety byłyby wspomniane za pomocą żeńskiej formy

wyrazu? Czy może zależne by to było od tego, czy opisywana rola jest pozytywna czy negatywna i stawia kobiety w dobrym albo złym świetle? W moich kolejnych badaniach starałam się odpowiedzieć na powyższe pytania.

W wielu językach używa się form męskich liczby mnogiej, mając na myśli i mężczyzn, i kobiety. Badania pokazują, że taki sposób mówienia powoduje, że częściej myślimy wtedy o mężczyznach, ale użycie obok formy męskiej formy żeńskiej zmniejsza ten efekt. Na przykład w Niemczech osoby poproszone o wymienienie polityków i polityczek częściej wymieniały nazwiska kobiet, niż kiedy pytano je tylko o polityków (Stahlberg, Sczesny, Braun, 2001). W jedynym podobnym polskim badaniu (Bojarska, 2011) osoby poproszone o narysowanie m.in. *jak internist/k/a przyjmuje pacjenta/kę* umieszczały na rysunkach częściej kobiety niż osoby rysujące *jak internista przyjmuje pacjenta*. Za to język sprawiedliwy płciowo zazwyczaj albo uwzględnia i kobiety, i mężczyzn, albo proponuje alternatywy, które nie są związane z jedną płcią.

Jednak w prawie wszystkich podobnych badaniach brak było ważnego aspektu ról społecznych – ich pożyteczności lub szkodliwości. Z kolei w badaniach o postrzeganiu pożytecznych ról (np. bohaterstwa) czy szkodliwych ról (np. przestępczości) brak było mowy o roli używanego języka (Becker, Eagly, 2004; Franco, Blau, Zimbardo, 2011). Dlatego w moich badaniach postanowiłam odpowiedzieć na pytanie, czy język może wpływać na postrzeganie kobiet nie tylko w pozytywnych czy neutralnych, ale też w negatywnych rolach.

W przypadku użycia ogólnych form męskich w liczbie mnogiej, badani muszą oprzeć swoją ocenę ilości kobiet w danej roli/zawodzie na swojej wiedzy, na tym, co zasłyszeli, bądź po prostu zgadywać. Za to, jak pokazują wcześniejsze badania, tekst zawierający obok form męskich też formy żeńskie uaktywnia obraz kobiet w umysłach badanych. W moim badaniu, w krótkim artykule prasowym o czynach bohaterskich albo o morderstwach, manipulowałam formą językową (tylko męska vs. męska i żeńska) i rolą społeczną (pozytywna vs. negatywna) w nich użytą.

Wyniki badania opisałam w artykule, który ukazał się w numerze specjalnym *Frontiers in Psychology*. Badanie główne pokazało, że osoby badane uważały, że jest więcej kobiet bohaterek po przeczytaniu tekstu o *bohaterkach i bohaterach* niż tekstu o *bohaterach*. Nie było takiego efektu dla tekstu o morderstwach. Płeć ani wiek osób badanych nie grały tutaj większej roli. Badanie uzupełniające pokazało, że zaobserwowana asymetria była prawdopodobnie spowodowana większą dostępnością i znajomością większej liczby przykładów bohaterek niż morderczyń. Ponadto, osoby, które czytały teksty używające formy żeńskiej obok męskiej, potem same używały więcej form językowych sprawiedliwych płciowo we własnym krótkim

tekście. Ilość użytych form słów sprawiedliwych płciowo mediowała relację między językiem w czytanym tekście a postrzeganym procentem kobiet w danej roli i działo się tak dla obu ról. Tak więc wydaje się, że ekspozycja na język sprawiedliwy płciowo powoduje częstsze go używanie, a w konsekwencji postrzeganie większego odsetka kobiet w danej roli, nawet, gdy są to role tak ekstremalne jak bohaterki czy morderczynie.

Warto wspomnieć, że drugą autorką artykułu jest moja studentka. Podczas moich zajęć skomentowała fakt, że w dyskusjach o płci w języku zazwyczaj używa się przykładów pozytywnych albo neutralnych słów, a mniej komentuje się te negatywne role czy zachowania. Spytałam czy mogę skorzystać z tej obserwacji i zaprosiłam ją do współpracy nad zbadaniem tego tematu. To tylko jeden z przykładów, gdzie zapraszam studentów i studentki do pracy nad „prawdziwymi" badaniami i artykułami, uczestniczeniu w pisaniu artykułu, który potem jest publikowany w renomowanym czasopiśmie.

Podsumowanie

W moich badaniach zajmuję się różnymi aspektami języka i stereotypów w relacjach międzygrupowych. Patrzę na to, jak etniczność czy płeć wyrażona w języku wpływa na postrzeganie osób używających tego języka. W moich badaniach patrzę też na inne aspekty języka w stosunkach międzygrupowych, takie jak puryzm nacjonalistyczny, abstrakcyjność językowa i emocje moralne, czy opisywanie emocji przez pryzmat norm i stereotypów płciowych. Współpracuję też przy badaniach różnic (i podobieństw) międzykulturowych, m.in. w postrzeganiu społecznym i stereotypizacji.

Swoimi badaniami już zwróciłam uwagę wielu osób na wagę języka w relacjach międzygrupowych. Badane przez mnie tematy są ważne nie tylko teoretycznie, ale i praktycznie. Postrzeganie osób mówiących z obcym akcentem jest bardzo ważne biorąc pod uwagę rosnącą liczbę imigrantów, uchodźców oraz procesy globalizacji tak na świecie, jak i w Polsce. Kwestie płci i języka też są ważne społecznie zarówno w Polsce, jak i w krajach zachodnich, ale też w krajach rozwijających się, gdzie ruchy kobiece zyskują na sile. Moje badania pozwalają na lepsze zrozumienie tych procesów.

5. Omówienie pozostałych osiągnięć naukowo - badawczych.

Poza przestawionymi powyżej pracami dotyczącymi dwóch ważnych kategorii postrzegania: etniczności i płci w języku, zajmuję się też wieloma innymi aspektami języka w relacjach międzygrupowych. Można nawet widzieć prace wymienione tutaj, w tej sekcji, nadal jako część mojego dorobku naukowego w temacie psychologii języka w relacjach międzygrupowych.

Puryzm językowy

Hansen, K., Wypych, M., Bańko, M., Bilewicz, M. (2018). Psychological determinants of linguistic purism: National identification, conservatism, and attitudes to loanwords. *Journal of Language and Social Psychology*. doi:10.1177/0261927X17737810

IF 1.233

Jednym z innych tematów językowych, poza etnicznością i płcią, jakimi się zajmuję jest związek identyfikacji narodowej z postawami językowymi, a w szczególności z puryzmem językowym. Celem moich badań było wykrycie psychologicznych uwarunkowań puryzmu językowego, a ściślej – tzw. puryzmu nacjonalistycznego, czyli niechęci do wyrazów obcych. Tak jak też i inne moje prace, przedstawione poniżej badanie powstało na pograniczu dyscyplin i dzięki ścisłej współpracy osób z różnych dziedzin nauki. W tym przypadku była to współpraca moja i też psychologa prof. Michała Bilewicza z uznanym polonistą prof. Mirosławem Bańko.

W pracach językoznawczych podchodzi się do puryzmu jako zjawiska historyczno-kulturowego, a jego przyczyn szuka się w sytuacji społecznej i politycznej danego kraju. Na pewno czynniki społecznopolityczne mają wpływ na kształtowanie się postaw purystycznych, jednak chciałam zbadać, czy takie postawy mogą mieć też podłoże psychologiczne na poziomie indywidualnych osób.

W lingwistyce zauważa się, że częstą formą działania purystów jest wymyślanie rodzimych odpowiedników wyrazów zapożyczonych, aby pozbyć się obcych elementów z języka, a nawet układanie słowników temu służących (Lipczuk, 2007). Jak opisują lingwiści, typowe w zachowaniu purystów jest też używanie argumentów emocjonalnych, często w połączeniu z argumentacją patriotyczną, a zwolennicy bardziej otwartego stosunku do zapożyczeń, nazywani są przez purystów zbytnimi liberałami (Nieckula, 1987).

Zakładaliśmy, że poza czynnikami społecznopolitycznymi, które mają wpływ na postawy purystyczne, różnice psychologiczne między osobami mogą też mieć tu wpływ. Bez

tego trudno wytłumaczyć, dlaczego w tych samych okolicznościach jedne osoby stają się skrajnymi purystami, a inne nie widzą nic złego w zapożyczaniu wyrazów obcych. Oczekiwaliśmy, że na postawy purystyczne wpływają takie czynniki tożsamościowe jak konserwatyzm światopoglądowy i identyfikacja narodowa.

Przeprowadziliśmy badanie, które ukazało się w *Journal of Language and Social Psychology* i zapoczątkowało patrzenie na puryzm od strony psychologicznej. Pozwolę sobie zacytować anonimowego recenzenta lub recenzentkę artykułu: *I would first like to commend the authors for expanding (if not starting) the literature on sociopsychological determinants of linguistic purism. It appears sound in its construction and the application of the research methodologies, not to mention that the results are interesting.* W naszym badaniu przedstawiamy dwuścieżkowy model puryzmu językowego. Pokazujemy, że z jeden strony siła identyfikacji z krajem (z Polską) bezpośrednio przewidywała unikanie zapożyczeń, a z drugiej strony, konserwatywne poglądy polityczne przewidywały purystyczne wybory językowe pośrednio, poprzez purystyczną ideologię.

Wydaje się prawdopodobne, że tym artykułem otworzymy drogę do badań innych badaczy i badaczek na ten ważny społecznie i politycznie temat. Poza tym kontynuuję współpracę z prof. Bańko, przeprowadziliśmy kolejne wspólne badanie, a artykuł je opisujący właśnie złożyliśmy do czasopisma *Language in Society.* Wynikiem tej linii badań już jest i z czasem będzie jeszcze lepsze zrozumienie społecznych mechanizmów kształtowania się postaw i zachowań wobec wyrazów zapożyczonych. Wyniki tych badań mogą być istotne też dla praktycznych działań w zakresie kultury języka, polityki językowej i leksykografii.

Podobnie jak w przypadku wcześniej wspomnianego artykułu o języku sprawiedliwym płciowo, do pracy włączyłam mojego studenta, którego zainteresowała tematyka moich badań. Jest on teraz na piątym roku studiów, nadal fascynują go podobne tematy i szykuje się do zdawania na studia doktoranckie.

Abstrakcyjność językowa

Bilewicz, M., Stefaniak, A., Witkowska, M., **Hansen**, K. (2017). Language of responsibility. The influence of linguistic abstraction on collective moral emotions. *Psychology of Language and Communication, 21*(1), 1-15. doi: 10.1515/plc-2017-0001

W kolejnej serii badań i w powstałym z nich artykule w *Psychology of Language and Communication,* wraz z innymi, badaliśmy efekty abstrakcyjności językowej na doświadczanie

grupowych emocji moralnych. Były to takie emocje jak wstyd, wina, żal czy gniew, wszystkie doświadczane w reakcji na czyny członków grupy własnej. Osoby badane czytały opisy niechlubnych zachowań reprezentantów grupy własnej. W dwóch badaniach pokazaliśmy, że kiedy w opisach tych były użyte rzeczowniki (np. Polacy przemytnicy) osoby badane odczuwały więcej negatywnych emocji, niż kiedy te same opisy używały czasowników (np. Polacy przemycali papierosy). Efekty te nie były silne, ale badania te pokazują jak minimalnymi zmianami w komunikacie można wpływać np. na grupowe poczucie winy. Powyższe badania były prowadzone w ramach grantu prof. Bilewicza, a artykuł był pisany pod moim okiem (stąd ostatnia pozycja –*senior/supervising author*) wraz z dwoma doktorantkami. Znów, chętnie dzielę się wiedzą i umiejętnościami i wchodzę we współpracę również z osobami z krótszym stażem w nauce.

Psychologia międzykulturowa

Znaczącym obszarem moich zainteresowań poza językowymi aspektami stereotypizacji i relacji międzygrupowych, jest psychologia międzykulturowa i różnice kulturowe w postrzeganiu społecznym. Zajmuję się tym tematem zarówno empirycznie, jak i teoretycznie.

Metodologia badań międzykulturowych

Wagner, W., **Hansen**, K., Kronberger, N. (2014). Quantitative and qualitative research across nations and cultures: Cultural metrics and its application. *Integrative Psychological and Behavioral Science, 48*(4), 418-434. doi: 10.1007/s12124-014-9269-z

IF 1.088

Zaczynając od strony teoretyczno-metodologicznej, wraz z prof. Wagnerem i prof. Kronberger (Uniwersytet w Linz, Austria) napisaliśmy artykuł o metodologii badań międzykulturowych, który ukazał się w *Integrative Psychological and Behavioral Science*. Podkreślamy w nim pułapki bezkrytycznych porównań międzykulturowych. Omawiamy zarówno problemy badań ilościowych, jak i jakościowych i wprowadzamy termin *cultural metric* (kulturowe wy-miary). Koncepcja cultural metric obrazuje fakt, że relacje między zmiennymi, ale też znaczenie pewnych słów i terminów może być różne w różnych kulturach. Każda z kultur i każdy z języków (czy nawet dialektów) może mieć swoją siatkę zależności i znaczeń. Dlatego zwracamy uwagę na problemy tłumaczenia wypowiedzi osób badanych na język badaczy i

interpretacji dopiero takiego materiału. Interpretacja ta jest często niestety robiona przez badaczy i badaczki z małą wiedzą o danym kraju czy języku. Zalecamy branie pod uwagę różnic w rozumieniu i w stylu wypowiedzi między różnymi kulturami. Najlepiej jest to robić wciągając we współpracę badaczy i badaczki z danego kraju i równolegle analizując dane każdy w swoim języku. Dopiero uzyskane wyniki można (ostrożnie) porównywać. W ten sposób nie zaburza się i nie traci nic przy tłumaczeniu i można lepiej zrozumieć uzyskane wyniki.

Różnice kulturowe w postrzeganiu uśmiechu

Krys, K., **Hansen**, K., Xing, C., Szarota, P., Yang, M. (2014). Do only fools smile at strangers? Cultural differences in perception of intelligence of smiling people. *Journal of Cross-Cultural Psychology, 45*(2), 314–321. doi: 10.1177/0022022113513922

IF 1.795

Krys, K., Vauclair, C. M., Lun, V., Bond, M. H., Capaldi, C., Dominguez-Espinosa, A., … **Hansen, K.**, …, Yu., A. (2016). Be careful where you smile: Culture shapes judgments of intelligence and honesty of smiling individuals. *Journal of Nonverbal Behavior, 40*(2), 101-116. doi: 10.1007/s10919-015-0226-4

IF 1.365

Jeśli chodzi o badania empiryczne w zakresie psychologii międzykulturowej, wraz z Kubą Krysiem zaprojektowaliśmy badanie, które dzięki jego prostocie mogliśmy przeprowadzić w bardzo wielu krajach świata. Badanie to powstało z naszej ciekawości świata i zainteresowania (wtedy mgr Krysia) tematem humoru i uśmiechu. Ja odpowiadałam za wymyślenie metodologii badania, wybór bodźców, skal i procedury. W zamyśle małe badanie, które wspólnie stworzyliśmy, urosło do wielkiego projektu i zapoczątkowało szersze zainteresowanie dr Krysia psychologią kulturową. Nasze artykuły z tej serii badań otworzyły też jego listę międzynarodowych publikacji. W mojej pracy potrafię współpracować i z wybitnymi profesorami (jak prof. Dovido z Uniwersytetu z Yale), i ze studentami (jak wcześniej opisane), i z osobami o podobnym stażu, uzupełniając się nawzajem i wspierając.

W artykule opublikowanym w *Journal of Cross-Cultural Psychology* pokazaliśmy, że mimo twierdzeń wielu (głównie amerykańskich) badaczy, że uśmiech poprawia oceny uśmiechniętych osób, osoby uśmiechnięte nie we wszystkich kulturach są postrzegane korzystniej niż osoby o neutralnym wyrazie twarzy. Eksperyment przeprowadzony przez nas

wtedy o własnych siłach w siedmiu krajach pokazał, że osoby uśmiechnięte są postrzegane, jako bardziej inteligentne w kulturach o wysokim poziomie unikania niepewności (albo inaczej powiedziane: o wysokim poziomie pewności), a jako mniej inteligentne w kulturach o niskim poziomie unikania niepewności. Coś jak polskie powiedzenie *śmiać się jak głupi (do sera)*. Uśmiech może być sygnałem nie tylko radości, ale i sukcesu oraz pewności siebie, co w niepewnej sytuacji społecznej (np. w Iranie) było postrzegane, jako niespójne i mało inteligentne. Przeciwnie, w świecie, gdzie niepewność jest zniwelowana (np. w Niemczech) uśmiech był dla odbiorców sygnałem inteligencji danej osoby.

W późniejszym artykule, opublikowanym w *Journal of Nonverbal Behavior,* nawiązaliśmy współpracę z naukowcami i naukowczyniami z wielu krajów. Eksperyment przeprowadzony w 44 kulturach pokazał znów, że osoby uśmiechnięte są postrzegane, jako bardziej inteligentne w kulturach o wysokim poziomie unikania niepewności. Ponadto, wysoki poziom korupcji w danym kraju wpływał na słabsze prospołeczne postrzeganie uśmiechu i niższe oceny szczerości osób uśmiechających się. Nasze badania pokazują, jak postrzeganie czegoś tak, wydawałoby się, podstawowego jak uśmiech może różnić się między kulturami. Nasz artykuł został uznany przez redakcję czasopisma *Journal of Nonverbal Behavior* za jeden z dziesięciu najważniejszych artykułów w czterdziestoletniej jego historii.

Międzykulturowe efekty płci w postrzeganiu

Krys, K., **Hansen**, K., Xing, C., Domínguez Espinosa, A., Szarota, P., Morales, M. F. (2015). It is better to smile to women: Gender modifies perception of honesty of smiling individuals. *International Journal of Psychology, 50*(2), 150-154. doi: 10.1002/ijop.12087

IF 1.276

Krys, K., Capaldi, C. A., van Tilburg, W., Lipp, O. V., Bond, M. H., Vauclair, M., … **Hansen**, K., …, Ahmed, R. A. (2018). Catching up with wonderful women: The women-are-wonderful effect is smaller in more gender egalitarian societies. *International Journal of Psychology.* doi:10.1002/ijop.12420

IF 1.867

Jak opisałam wcześniej, wpływ uśmiechu na postrzeganie inteligencji różni się między kulturami. W naszym artykule w *International Journal of Psychology* z 2015 roku wskazujemy,

że pod pewnymi względami postrzeganie uśmiechu może być też zbliżone w różnych kulturach. Nasze badania pokazały, że osoby uśmiechnięte są uniwersalnie postrzegane jako bardziej szczere, ale rolę może grać tu płeć. Postrzeganie szczerości osób uśmiechniętych może zależeć od tego, czy mamy do czynienia z odbiorcą czy odbiorczynią uśmiechu. Kobiety w różnych krajach postrzegały osoby uśmiechnięte jako bardziej szczere niż robili to mężczyźni. Zauważyliśmy też interakcję między płcią osoby postrzegającej i postrzeganej.

W badaniach powiązanych tematycznie i również opublikowanych w *International Journal of Psychology* ale w 2018 roku, zajęliśmy się efektem bardziej pozytywnego oceniania postrzeganych kobiet niż mężczyzn (*women-are-wonderful effect*). Artykuł z badań na dużej próbie krajów pokazuje, że efekt ten jest mniejszy w kulturach bardziej egalitarnych. Co ciekawe, mniejszą różnicę w ocenianiu kobiet i mężczyzn kraje egalitarne zawdzięczają raczej bardziej pozytywnemu postrzeganiu mężczyzn niż mniej pozytywnemu postrzeganiu kobiet.

Różnice międzykulturowe w satysfakcji z małżeństwa

Poza powyższymi badaniami międzykulturowymi, współpracowałam też z zespołem Petera Hilperta i Piotra Sorokowskiego badających różnice w tym, co wpływa na satysfakcję z małżeństwa w różnych krajach.

Hilpert, P., Randall, A. K., Sorokowski, P., Atkins, D. C., Sorokowska, A., Ahmadi, K., . . . **Hansen**, K., …, Yoo, G. (2016). The associations of dyadic coping and relationship satisfaction vary between and within nations: A 35-nation study. *Frontiers in Psychology, 1106*(7). doi:10.3389/fpsyg.2016.01106

IF 2.463

Sorokowski, P., Randall, A.K., Groyecka, A., Frackowiak, T., Cantarero, K., Hilpert, P. ... **Hansen**, K., ... Sorokowska, A. (2017). Marital satisfaction, sex, age, marriage duration, religion, number of children, economic status, education, and collectivistic values: Data from 33 countries. *Frontiers in Psychology, 1199*(8). doi: 10.3389/fpsyg.2017.01199

IF 2.323

W powyższych artykułach moje nazwisko jest wśród innych w kolejności alfabetycznej, dlatego dodam, że w przypadku tych badań tłumaczyłam kwestionariusz, zbierałam część danych oraz brałam udział w poprawkach i dawałam uwagi (ocenione, jako bardzo pomocne)

do szkiców artykułów. Pierwszy z artykułów, pokazuje różnice kulturowe i płciowe w tym, jak pary w 35 krajach świata radzą sobie z problemami w związku. Poza porównaniem radzenia sobie z problemami pokazuje on też jak sposób radzenia sobie z tymi problemami różnie wpływa na satysfakcję ze związku. Uzyskane wyniki pokazują wyraźną potrzebę dostosowywania kulturowego terapii i innych programów dla par.

Drugi z artykułów prezentuje zbiór danych z powyższego dużego badania predyktorów satysfakcji ze związku. Na bazie tego publicznie dostępnego zbioru, naukowcy mogą przeprowadzić wiele analiz i badać na przykład różnice międzykulturowe w predyktorach satysfakcji ze związku. Zbiór ten można też połączyć ze wskaźnikami np. indywidualizmu/kolektywizmu z innych badań, aby jeszcze lepiej zrozumieć potencjalne różnice.

Literatura cytowana

Altemeyer, B. (1981). *Right-wing authoritarianism*. Winnipeg: University of Manitoba Press.

Becker, S. W., Eagly, A. H. (2004). The heroism of women and men. *American Psychologist, 59*(3), 163-178. doi:10.1037/0003-066X.59.3.163

Bojarska, K. (2011). Wpływ androcentrycznych i inkluzywnych płciowo konstrukcji językowych na skojarzenia z płcią. *Studia Psychologiczne, 49*(2), 53-68. doi:10.2478/v10167-011-0010-y

Brewer, M. B. (1988). A dual process model of impression formation. W: T. K. Srull, R. S. Wyer, Jr. (red.), *Advances in Social Cognition* (Vol. 1, s. 1-36). Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum.

Burgoon, J. K., Burgoon, M. (2001). Expectancy theories. W: W. P. Robinson, H. Giles (red.), *The New Handbook of Language and Social Psychology* (2 ed., s. 79-102). Sussex, England: John Wiley, Sons.

Creswell, J. W. (2013). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches*. Londyn: Sage.

Dion, K., Berscheid, E., Walster, E. (1972). What is beautiful is good. *Journal of Personality and Social Psychology, 24*(3), 285-290. doi:10.1037/h0033731

Dovidio, J. F., Gluszek, A. (2012). Accents, nonverbal behavior, and intergroup bias. W: H. Giles (red.), *The handbook of intergroup communication* (s. 87-99). Nowy Jork: Routledge.

Eckes, T. (2002). Paternalistic and envious gender stereotypes: Testing predictions from the stereotype content model. *Sex Roles, 47*(3-4), 99-114. doi:10.1023/A:1021020920715

Fiske, S. T., Cuddy, A. J. C., Glick, P., Xu, J. (2002). A model of (often mixed) stereotype content: Competence and warmth respectively follow from perceived status and competition. *Journal of Personality and Social Psychology, 82*(6), 878-902. doi:10.1037//0022-3514.82.6.878

Fiske, S. T., Lin, M., Neuberg, S. (1999). The continuum model. W: S. Chaiken, Y. Trope, (red.), *Dual-process theories in social psychology* (s. 321-254). Nowy Jork: Guilford Press.

Fiske, S. T., Neuberg, S. L. (1990). A continuum of impression formation, from category-based to individuating processes: Influences of information and motivation on attention and interpretation. W: M. Zanna (red.), *Advances in experimental social psychology* (Vol. 23, s. 1-74). Nowy Jork: Academic Press.

Franco, Z. E., Blau, K., Zimbardo, P. G. (2011). Heroism: A conceptual analysis and differentiation between heroic action and altruism. *Review of General Psychology, 15*(2), 99-113.

Fuertes, J. N., Gottdiener, W. H., Martin, H., Gilbert, T. C., Giles, H. (2012). A meta-analysis of the effects of speakers' accents on interpersonal evaluations. *European Journal of Social Psychology, 42*(1), 120-133. doi:10.1002/ejsp.862

Giles, H., Johnson, P. (1987). Ethnolinguistic identity theory: A social psychological approach to language maintenance. *International Journal of the Sociology of Language, 68*(1), 69-99. doi:10.1515/ijsl.1987.68.69

Kinzler, K. D., Shutts, K., Correll, J. (2010). Priorities in social categories. *European Journal of Social Psychology, 40*(4), 581-592.

Ko, S. J., Judd, C. M., Blair, I. V. (2006). What the voice reveals: Within- and between-category stereotyping on the basis of voice. *Personality and Social Psychology Bulletin, 32*(6), 806-819.

Lambert, W. E., Hodgson, R. C., Gardner, R. C., Fillenbaum, S. (1960). Evaluational reactions to spoken languages. *The Journal of Abnormal and Social Psychology, 60*(1), 44-51. doi:10.1037/h0044430

Lipczuk, R. (2007). *Geschichte und Gegenwart des Fremdwortpurismus in Deutschland und Polen [Historia i teraźniejszość puryzmy językowego w Niemczech i w Polsce]*. Frankfurt am Main: Peter Lang.

Nieckula, F. (1987). O tzw. kryterium narodowym poprawności językowej. *Rozprawy Komisji Językowej* (Vol. 15, s. 5-43). Wrocław: Wrocławskie Towarzystwo Naukowe.

Pietraszewski, D., Schwartz, A. (2014). Evidence that accent is a dedicated dimension of social categorization, not a byproduct of coalitional categorization. *Evolution and Human Behavior, 35*(1), 51-57. doi:10.1016/j.evolhumbehav.2013.09.005

Pratto, F., Sidanius, J., Stallworth, L. M., Malle, B. F. (1994). Social dominance orientation: A personality variable predicting social and political attitudes. *Journal of Personality and Social Psychology, 67*(4), 741-763. doi:10.1037/0022-3514.67.4.741

Roese, N. J., Sherman, J. W. (2007). Expectancy. W: A. W. Kruglanski, E. T. Higgins (red.), *Social psychology: Handbook of basic principles* (2 ed., s. 91-115). Nowy Jork: Guilford Press.

Shields, S. A. (2013). Gender and emotion: What we think we know, what we need to know, and why it matters. *Psychology of Women Quarterly, 37*(4), 423-435.

Solís Obiols, M. (2002). The matched guise technique: A critical approximation to a classic test for formal measurement of language attitudes. *Revista de Sociolinguistica, 3*(2), 1-6.

Stahlberg, D., Braun, F., Irmen, L., Sczesny, S. (2007). Representation of the sexes in language. W: K. Fiedler (red.), *Social Communication.* (s. 163-187). Nowy Jork: Psychology Press.

Stahlberg, D., Sczesny, S., Braun, F. (2001). Name your favorite musician: Effects of masculine generics and of their alternatives in German. *Journal of Language and Social Psychology, 20*(4), 464-469. doi:10.1177/0261927x01020004004

Taylor, P., Cohn, D. V., Wang, W., Passel, J. S., Kochhar, R., Fry, R., . . . Gonzalez-Barrera, A. (2012). *The Rise of Asian Americans.* Dostęp na stronie http://www.pewsocialtrends.org/files/2013/01/SDT_Rise_of_Asian_Americans.pdf

Taylor, S. E., Fiske, S. T., Etcoff, N. L., Ruderman, A. J. (1978). Categorical and contextual bases of person memory and stereotyping. *Journal of Personality and Social Psychology, 36*(7), 778-793.

Wells, G. L., Windschitl, P. D. (1999). Stimulus sampling and social psychological experimentation. *Personality and Social Psychology Bulletin, 25*(9), 1115-1125.

Yzerbyt, V., Provost, V. R., Corneille, O. (2005). Not competent but warm... really? Compensatory stereotypes in the French-speaking world. *Group Processes, Intergroup Relations, 8*(3), 291-308. doi:10.1177/1368430205053944

Zuckerman, M., Driver, R. E. (1989). What sounds beautiful is good: The vocal attractiveness stereotype. *Journal of Nonverbal Behavior, 13*(2), 67-82. doi:10.1007/BF00990791