



UNIVERZITET U BANJOJ LUCI
UNIVERSITY OF BANJA LUKA



FILOZOFSKI FAKULTET
FACULTY OF PHILOSOPHY

**RELACIJE MULTIDIMENZIONALNIH
KONSTRUKATA SOCIJALNE POŽELJNOSTI I
RELIGIOZNOSTI**

MASTER RAD

Mentor:

Dr Srđan Dušanić, profesor

Kandidat:

Una Kasagić

Banja Luka, 2017. godine



UNIVERZITET U BANJOJ LUCI
UNIVERSITY OF BANJA LUKA



FILOZOFSKI FAKULTET
FACULTY OF PHILOSOPHY

**RELATIONS BETWEEN MULTIDIMENSIONAL
CONSTRUCTS OF SOCIAL DESIRABILITY AND
RELIGIOSITY**

MASTER THESIS

Mentor:

PhD Srđan Dušanić, professor

Candidate:

Una Kasagić

Banja Luka, 2017.

Mentor: dr Srđan Dušanić, vanredni profesor, Filozofski fakultet u Banjoj Luci

Naslov master rada: *Relacije multidimenzionalnih konstrukata socijalne poželjnosti i religioznosti*

Rezime: Sprovedeno istraživanje je imalo za cilj da ispita odnos multidimenzionalnih konstrukata socijalne poželjnosti i religioznosti. U istraživanju je učestvovao 761 ispitanik i to 203 ispitanika muškog pola i 558 ispitanika ženskog pola, većinom studenti. Za ispitivanje dimenzija konstrukata su se koristili nedavno adaptirani instrumenti i to za socijalnu poželjnost 3IDR (Lakić, 2017), a za religioznost SD 111 (Dušanić, 2015). Rezultati pokazuju da su dimenzije religioznosti sa karakteristikama intrinzičke religioznosti pozitivno povezane sa dimenzijom Socijalno poželjna orijentacija ličnosti. Naime, pokazalo se da religiozniji ispitanici (u intrinzičkom kontekstu) posjeduju socijalno poželjnu orijentaciju ličnosti. S druge strane, povezanost dimenzija religioznosti sa preostale dvije dimenzije socijalne poželjnosti (Samopoboljšanje i Upravljanje utiskom) su jako niske, skoro nepostojeće. Religiozniji ispitanici (u intrinzičkom kontekstu) posjeduju socijalno poželjnu orijentaciju ličnosti, ali ne i tendenciju ka samopoboljšanju i upravljanju utiskom. Dobijeni rezultati su prodiskutovani u odnosu na postavljene hipoteze, rezultate prethodnih istraživanja, znanja i teorija koje doprinose njihovom boljem razumijevanju.

Ključne riječi: religioznost, socijalna poželjnost, socijalno poželjno odgovaranje, crte ličnosti, socijalno poželjna orijentacija

Naučna oblast: Društvene nauke

Naučno polje: Psihološke nauke

Klasifikaciona oznaka (CERIF šifarnik): S260 - Psihologija

Tip odabrane licence Kreativne zajednice: Autorstvo - nekomercijalno - bez prerada (CC BY-NC-ND)

Mentor: PhD Srđan Dušanić, associate professor, Faculty of Philosophy, Banja Luka

Master thesis title: *Relations Between Multidimensional Constructs of Social Desirability and Religiosity*

Abstract: This study explores the relations between multidimensional constructs of social desirability and religiosity. A suitable sample consisted of 761 respondents, mostly university students. To assess the constructs we used two recently adapted questionnaires, 3IDR (Lakić, 2017) for social desirability and SD 111 (Dušanić, 2015) for religiosity. We obtained statistically significant and positive correlations between dimension of religiosity (with characteristics of intrinsic religiosity) and Socially desirable personality orientation. More religious respondents (in context of intrinsic religiosity) have socially desirable personality orientation. On the other hand, correlations between dimensions of religiosity and Self Enhancement and Impression Management (dimensions of social desirability) were extremely low, almost non-existent. More religious respondents (in context of intrinsic religiosity) have socially desirable personality orientation, but not the tendency towards using religion for self enhancement and impression management. We discussed the results in the context of previous research and theories that could contribute to better understanding of the relations of these constructs.

Key words: religiosity, social desirability, socially desirable responding, personality traits, socially desirable orientation

Scientific area: Social Science

Scientific field: Psychology

Classification mark (CERIF code): S260– Psychology

Type of selected license of Creative Community: Attribution – NonCommercial – NoDerivs – CC BY-NC-ND

SADRŽAJ

UVOD.....	6
Problem istraživanja	18
Cilj istraživanja	19
Hipoteze	19
Tip istraživanja	21
Varijable.....	21
Uzorak	22
Instrumenti	22
Postupak prikupljanja podataka.....	24
REZULTATI.....	26
Rezultati deskriptivne statistike.....	26
Interkorelacije dimenzija religioznosti i socijalne poželjnosti	30
Korelacije dimenzija religioznosti i socijalne poželjnosti	33
Rezultati višestruke regresije	35
DISKUSIJA	38
Prednosti, ograničenja i preporuke za buduća istraživanja	41
ZAKLJUČAK	43
LITERATURA.....	44
PRILOZI.....	50

UVOD

O religiji i religioznosti

Religija, religioznost, spiritualnost, vjera i duhovnost su teme kojima se autori iz različitih oblasti istraživanja svakodnevno bave i nude nam različite perspektive na pomenute fenomene. Problematika istraživanja ovih pojmova, konkretno u psihologiji, se ogleda u njihovom definisanju, odvojivosti, odnosno sličnosti, potom multidimenzionalnosti i kompleksnosti.

Zašto je uopšte važno baviti se temom religioznosti ukazuje samo jedan podatak iz Gallup-ove ankete gdje su ispitanici na pitanje “Da li je religioznost važan dio Vašeg svakodnevnog života?” u 82% slučajeva u 143 zemlje, odgovarali sa “da” (Gallup & Castelli, 1989). Ukoliko se osvrnemo samo na ovaj procenat, možemo zaključiti da je religioznost važan dio svakodnevnog života velike većine, te da mu se kao takvom treba posvetiti posebna pažnja kako bi se odgovorilo na pitanje zašto i ostala aktuelna istraživačka pitanja kojima ćemo se i mi pozabaviti u nastavku.

Autori su teorijska istraživanja na polju religioznosti započeli pretpostavkom da religija prije svega ima važnu socijalizacijsku ulogu, te da je ona mnogo kompleksnija od skupa uvjerenja, posjećivanja bogomolja i upražnjavanja molitvi (Neuberg et al., 2014). Međutim, autori koji su se bavili empirijskim aspektom religioznosti poput Adams-a (1995, prema James & Wells, 2003) su je ipak opisivali kroz određenu formu poštovanja, bogoslužjenja, rituala ili vjerovanja u jednu od pet glavnih religija (hrišćanstvo, judaizam, islam, hinduizam i budizam), a manje naglašavali njenu socijalizacijsku ulogu. U stvari, za ovu grupu autora religioznost je isključivo vezana za neku od organizovanih religija, te se oni ne bave njenim ostalim oblicima ispoljavanja i pozadinskim procesima. S druge strane, Lenski daje opis religioznosti koji je teško odvojiv od pojma spiritualnosti. Naime, ovaj autor religiju posmatra kao sistem vjerovanja o prirodni sila koje oblikuju čovjekovu sudbinu (Lenski, 1963, prema Schumaker, 1992), s tim da on ne nudi jasnu definiciju tih prirodnih sila, pa se samim tim pojam religioznosti djelomično

preklapa sa pojmom spiritualnosti. Za razliku od Lenskog, autori English & English (1958, prema Loewenthal, 2006) se pri definisanju religioznosti pozivaju na objektivne i mjerljive karakteristike, pa je opisuju kao sistem stavova, obreda, ceremonija i vjerovanja pojedinca ili društva.

Prethodno predstavljeni opisi i definicije religije i religioznosti obuhvataju samo jedan od slojeva ovih kompleksnih konstrukata, a to nas upućuje na širinu s kojom ih trebamo posmatrati, istraživati i o njima zaključivati.

Multidimenzionalni pristup konstrukt religioznosti

Aspekti multidimenzionalnosti konstrukta religioznosti predstavljaju fokus našeg interesovanja, pa ćemo se osvrnuti na prethodna istraživanja koja nam nude informacije, reference i teorijsko-empirijsku podlogu koja će nam pomoći u pronalasku odgovora na istraživačka pitanja. Naime, Allport i Ross (1967) su se među prvim autorima pozabavili problematikom multidimenzionalnosti religioznosti, te napravili razliku između intrinzičke i ekstrinzičke religioznosti. Intrinzičku su opisali kao slobodno izabranu koja obuhvata kontakt s natprirodnim koji se prelama kroz subjektivni svijet pojedinca, samovoljno je prihvaćena od strane vjernika i češće se ispoljava u organizovanim religijama poput hrišćanstva (Allport & Ross, 1967). Ekstrinzička, s druge strane, predstavlja oblik instrumentalne religioznosti, odnosno u svrsi je instrumenta za postizanje određenog cilja, na primjer, posjećujemo bogomolju da bismo pronašli prijatelje (Allport & Ross, 1967). Međutim, interesantno je pomenuti da je jedna grupa autora analizom podataka u oko sedamdeset zemalja utvrdila da su u zemljama u kojima nije postojao socijalni pritisak da se bude pripadnik određene religije, pojedinci u prosjeku radije prihvatili intrinzičku nego ekstrinzičku religioznu orijentaciju (Stavrova & Siegers, 2014). To bi značilo da su ispitanici samovoljno radije birali intrinzičku religioznost koja je безусловna i unutrašnja, nego ekstrinzičku, koja je u svrsi instrumenta za postizanje cilja.

Autori Milevsky i Levitt (2004) su saglasni sa Allport-ovim i Ross-ovim opisom ekstrinzičke religioznosti, jer su kroz istraživanja pronašli da ekstrinzički motivisana osoba religiju koristi kao instrument za postizanje određenog cilja, a ne kao nešto u šta se bezuslovno

vjeruje. Isti autori govore da zainteresovanost i uključenost u religiju potiče iz ekstrinzičkih razloga od kojih je jedan i socijalna poželjnost, ali o tome više u nastavku (Milevsky & Levitt, 2004). Još jedna grupa autora u fokus istraživanja stavlja ekstrinzičku i intrinzičku religioznost te dolazi do saznanja da su ekstrinzički orijentisani ispitanici podložniji socijalnim pritiscima, odnosno imaju više predrasuda. S druge strane, intrinzički orijentisani ispitanici, koji su takođe pokazali dosljednost u posvećenosti religiji, u prosjeku imaju manje predrasuda, jer im je osnovni motiv vjerovanja u religiju samo vjerovanje (Gordon et al., 2008, prema Jenkins, 2013). Pojedina istraživanja u kojima je ekstrinzička religioznost ispitivana kroz posjećivanje bogomolja su pokazala da je ona dobar prediktor učestalijeg laganja i varanja, dok je intrinzička religioznost prediktor manje učestalog laganja (prema Kramer & Shariff, 2016). Međutim, pojedini autori smatraju da treba biti oprezan prilikom korištenja posjećivanja bogomolja kao indikatora ekstrinzičke religioznosti, jer uglavnom ne daje pouzdane rezultate u poređenju sa intrinzičkom (Ryan & Deci, 2000). Iz navedenih istraživanja možemo zaključiti da su ispitanici koji su se izjasnili kao intrinzički religiozni izjavljivali da rijeđe lažu. Međutim, da li su te izjave potekle iz istinske vjere u govorenje istine ili iz potrebe da se ispitanici predstave kao neko ko vjeruje u istinu jer je to poželjno u religiji kojoj pripadaju, ostaje da se provjeri.

Još jedan od autora koji se pozabavio problematikom multidimenzionalnosti religioznosti nam nudi svoje viđenje religioznosti kao nehomogene cjeline, odnosno, pojedinac može biti religiozan u jednom, ali ne nužno i u drugim aspektima religije (Wilson, 1978, prema Schumaker, 1992). Možemo zaključiti da ukoliko pojedinac upražnjava molitve u svojoj privatnosti, on ne mora biti zainteresovan za čitanje religioznih knjiga niti posjećivati bogomolju da bi se smatarao religioznim. Takođe, podstaknuti idejom o multidimenzionalnosti religioznosti Glock i Stark (1968) identifikuju pet dimenzija i to: Dimenzija vjere, Dimenzija religiozna praksa, Dimenzija religiozna iskustva, Dimenzija znanja i Dimenzija posljedica. Dimenziju vjere opisuju kao lično vjersko iskustvo, odnosno u kojoj mjeri ljudi imaju određena religiozna uvjerenja, dok religiozna praksa govori u kojoj mjeri se ljudi angažuju u aktima pobožnosti i poštovanja religije. Dimenzija religiozna iskustva se opisuje kao doživljavanje kontakta sa natprirodnim, Dimenzija znanja obuhvata znanje o sopstvenoj religiji stečeno kroz religiozne knjige, a Dimenzija posljedica izražava stepen uticaja religioznosti na čovjekov svakodnevni

život. Dimenzionalnost religioznosti nam ukazuje na njenu kompleksnost koja se ogleda u tome da čovjek može biti religiozan čak iako se pronalazi na samo jednoj od dimenzija religioznosti. Pantić (1988, prema Dušanić, 2007) je takođe prihvatio ideju o kompleksnosti konstrukta religioznosti, s tim da se on bavio identifikovanjem komponenti, a ne dimenzija. Teorijsko-empirijskim istraživanjem je došao do njih sedam koje je nazvao: kognitivnom, afektivnom, motivacionom, moralnom, životnofilozofskom, institucionalnom i ponašajnom komponentom. Kognitivna je strukturisana, podrazumijeva znanje i vjerovanje u božansko biće, afektivna je izražena kroz osjećaj zavisnosti i poniznosti pred božanskim bićem, dok se motivaciona ogleda u spremnosti na ponašanje u skladu sa kognitivnom i afektivnom komponentom. Moralna komponenta uključuje sistem moralnih normi, a životnofilozofska se ogleda u dimenziji aktivizam – pasivizam, s tim da većina religija podstiče pasivnost vjernika (Pantić, 1988, prema Dušanić, 2007) Posljednja identifikovana komponenta religioznosti od strane Pantića (1988, prema Dušanić, 2007) je ponašajna koja podrazumijeva ponašanje u skladu sa određenim obredima i ritualima. Iako ih je Pantić identifikovao kao komponente i nazvao drugačije možemo primjetiti da postoji sličnost s dimenzijama koje su opisali Glock i Stark, te Allport i Ross. Odnosno, Dimenzija znanja i kognitivna komponenta se odnose na znanje i vjerovanje u određenu religiju (kao i intrinzička religioznost), a Dimenzija religijska praksa i ponašajna komponenta su usmjerene ka poštovanju i praktikovanju obreda i rituala, te angažovanju u aktima pobožnosti, kako je opisana i ekstrinzička.

Ponesen stavom o multidimenzionalnosti konstrukta religioznosti Argyle identifikuje dimenzije koje takođe imaju sličnosti sa Glock-ovim i Stark-ovim, Allport-ovim i Ross-ovim dimenzijama, a tako i sa Pantićevim komponentama religioznosti. Naime, Argyle (2000, prema Dušanić, 2007) izdvaja ideološku, intelektualnu, ritualističku i iskustvenu dimenziju. Ideološka dimenzija se odnosi na lično vjersko iskustvo, odnosno od vjernika zavisi u šta će vjerovati i na koji način. Intelektualna, kao i kognitivna kod Pantića i dimenzija znanja kod Glock-a i Stark-a, se odnosi na strukturisano i dogmatizovano vjerovanje, kao i znanje i učenje iz religioznih knjiga. Ritualistička se povezuje sa dimenzijom religiozne prakse i ponašajnom komponentom, odnosno podrazumijeva praktikovanje religioznosti kroz obrede i rituale, što su karakteristike i ekstrinzičke religioznosti. Iskustvena dimenzija obuhvata mistična religiozna iskustva i

osjećanja, što se takođe može povezati sa intrinzičkom religioznošću (Argyle, 2000, prema Dušanić, 2007). Na osnovu prethodno navedenog možemo zaključiti da posmatranjem religioznosti kao multidimenzionalnog dobijamo širu sliku pri uočavanju njenih različitih slojeva, oblika ispoljavanja i praktikovanja. Allport (prema Watson et al., 1986) je u jednoj izjavi jednostavno opisao kompleksnost religioznosti i njenog značaja za pojedinca, rekavši da ima onoliko religioznih iskustava koliko i religioznih ljudi. Allport-ovo zapažanje predstavljeno u vidu jedonstavne rečenice zvuči zdravorazumski logično, jer se svaka pojava prelama kroz subjektivni svijet pojedinca, te je kao takva doživljena na specifičan i neponovljiv način. Pojam religioznosti je prije svega ljudski fenomen, lično i privatno čovjekovo iskustvo, te ljudski faktor igra najvažniju ulogu u cijelom doživljaju i interpretaciji religioznosti. Psiholog je taj koji se bavi istraživanjem ličnog i privatnog čovjekovog iskustva i doživljavanja, pa otud potiče naše interesovanje i motivacija za ovu temu.

Multidimenzionalni pristup konstruktumu socijalne poželjnosti

Nakon predstavljenih različitih uglova posmatranja religioznosti, te kratkog pregleda definisanja i istraživanja njene kompleksnosti, pozabavićemo se drugim, takođe za nas interesantnim konstruktom koji želimo da istražimo. Naime, riječ je o socijalnoj poželjnosti, koja se u psihologiji često istražuje i dovodi u vezu sa psihološkim konstruktima poput samopouzdanja, zadovoljstva životom, crta ličnosti, situacionim kontekstom i sl. Prema nekim autorima, socijalna poželjnost podrazumijeva tendenciju ispitanika da u određenim uslovima daju socijalno poželjnije odgovore, odnosno da se predstavljaju u pozitivnijem svjetlu (Richman et al., 1999). Postoje mnogobrojni termini, na koje nailazimo pregledom literature, a koji se upotrebljavaju kao sinonimi socijalno poželjnog odgovaranja (*eng. socially desirable responding*) poput pristrasnosti u odgovaranju (*eng. response bias*), iskrivljivanja odgovora (*eng. response distortion*) i preuveličavanja (*eng. overreporting*). Iako ovi termini nisu jezički posmatrano sinonimi, oni se u kontekstu istraživanja ovog konstrukta koriste kao takvi (Richman et al., 1999). Naime, socijalno poželjno ponašanje prema ovoj grupi autora može biti nenamjerno, izazvano nezainteresovanošću ili promjenom raspoloženja i namjerno, instrumentalno, u svrhu stvaranja poželjnijeg, pozitivnijeg utiska o sebi (Richman et al., 1999).

Istraživanja pokazuju da većina ispitanika sebe, bez obzira na kontekst ispitivanja, opisuje kao iznadprosječne na poželjnim karakteristikama, tzv. efekat „bolji sam od prosjeka” (Alicke et al., 1995; Alicke & Govorun, 2005 prema Guinote & Cai 2016). Izražen efekat „bolji sam od prosjeka” je dobijen i kod religioznijih ispitanika u dva online istraživanja na uzorku od hiljadu Amerikanaca, a autori su ovaj rezultat objasnili pojavom samostereotipa kod ispitanika uslijed poštovanja prema religioznoj grupi kojoj pripadaju i poželjnim karakteristikama vjernika koje ta religija propagira (Eriksson & Funcke, 2014).

Psiholozi su se većinom usaglasili da je tendencija davanja socijalno poželjnih odgovora značajan i kompleksan konstrukt koji je potrebno istražiti iz više aspekata (prema Paulhus, 2002). Naime, pojedini autori su kroz istraživanja došli do informacije da iskrivljivanje odgovora može ići i u negativnom smjeru, odnosno da se ispitanici mogu predstavljati i u negativnom svjetlu (de Vries et al., 2014). Upravo ova informacija nam govori u prilog kompleksnosti konstrukta socijalne poželjnosti, te nam pokazuje da nije sve crno-bijelo nego da postoji i ona siva zona koja ne smije biti zanemarena i previđena. Sackeim i Gur (1978, prema Paulhus, 1984) su među prvim autorima raspravljali o dimenzionalnosti konstrukta socijalne poželjnosti, te zaključili da postoje dvije odvojive dimenzije koje su nazvali Samoobmana i Obmana drugih, te kreirali posebne instrumente za ispitivanje ovih dviju dimenzija.

Gaes i saradnici (1978) su dimenziju Obmana drugih preimenovali u dimenziju Upravljanja utiskom opisujući je kao pozitivnu samoprezentaciju svjesno usmjerenu prema drugima, publici, iz instrumentalnih razloga. Upravo istraživanja ovih autora su podstakla Paulhus-a da se detaljnije pozabavi dimenzionalnošću konstrukta socijalne poželjnosti. Paulhus je potvrdio postojanje ove dvije dimenzije praveći individualne razlike u samoobmani i upravljanju utiskom (Paulhus, 1984). Samoobmana (Self-enhancement) kao dimenzija, se po ovom autoru odnosi na nesvjesnu tendenciju da se vidimo u pozitivnijem svjetlu, a ogleda se u socijalno poželjnom, pristrasnom i pozitivnom samoopisu za koji ispitanici zaista vjeruju da je istinit (Paulhus, 2002). Upravljanje utiskom (Impression Management) kao dimenzija se odnosi na svjesnu tendenciju predstavljanja sebe u pozitivnijem svjetlu drugima (Paulhus, 2002). Pouzdana odvojivost između dimenzija Samoobmane i Upravljanja utiskom je potvrđena eksploratornom faktorskom analizom na oko stotinu ajtema koji ispituju socijalnu poželjnost, te

na ukupnim skorovima na svakoj od dimenzija (Paulhus, 2002). Teorijsko uporište dimenzija Samoobmana i Upravljanje utiskom jedna grupa autora pronalazi u socioanalitičkoj teoriji ličnosti u kojoj obje dimenzije, iako su odvojene i različite, imaju isti krajnji cilj, a to je socijalno poželjno predstavljanje sebe, ali bez svjesne manipulacije i situacionih faktora (Cheek & Hogan, 1983). Međutim, istraživanja su pokazala da su obje dimenzije podložne lažiranju, odnosno manipulaciji odgovora od strane ispitanika (Pauls & Crost, 2004).

Baumeister (1982) se takođe bavio dimenzijama socijalne poželjnosti, koje sadrže, s jedne strane, internalizovane norme i standarde, a s druge strane, iskreirane identitete u koje ljudi vjeruju i kakvim se predstavljaju drugima. Isti autor ističe da ako je pristrasna, istinita i nesvjesna, samoprezentacija se donekle može pripisati Samoobmani, a kreiranje identiteta u cilju predstavljanja sebe drugima u pozitivnijem svjetlu se može pripisati Upravljanju utiskom, ukoliko je svjesno izmanipulisano (Baumeister, 1982).

Staw (1980) je pokušao da objasni problematiku i kompleksnost dimenzije Samoobmane, naglasivši da racionalizacija vjerovanja u cilju zaštite slike o samom sebi može motivišuće djelovati na ulaganje dodatnog napora u pozitivniju samoprezentaciju u socijalnom okruženju, što se pripisuje Upravljanju utiskom. Odnosno, Staw je htio naglasiti da iako su ove dvije dimenzije odvojive, mogu da motivišu i da se nadovezuju jedna na drugu zavisno od konteksta. Chatman i saradnici pak ističu da za njih Samoobmana predstavlja intrapsihičku želju da se zaštiti ego, a Upravljanje utiskom se odnosi na želju da impresioniramo druge (Chatman et al., 1986). Iako je većina autora dimenzije Samoobmana i Upravljanje utiskom opisivala i nazivala na sebi svojstven način, ipak se može zaključiti da su ih slično doživljavali. Odnosno, dimenzija Samoobmana obuhvata nesvjestan aspekt samozavaravanja, u koji se vjeruje da je istinit, dok Upravljanje utiskom obuhvata svjestan aspekt manipulisanja utiscima publike u pozitivnijem svjetlu.

Međutim, za naše istraživanje je posebno značajno pomenuti novija saznanja i to o postojanju još jedne dimenzije socijalne poželjnosti koja prema nekim autorima više obuhvata kompleksnost tog fenomena, a i sama je kompleksna. Naime, nekolicina autora, čije ćemo

rezultate istraživanja kratko predstaviti u nastavku, je pronašla kako teorijsku tako i empirijsku osnovu za svoje tvrdnje, odnosno da je apsolutno neophodno proširiti pojam socijalne poželjnosti uvođenjem dimenzije nazvane Socijalno poželjna orijentacija ličnosti. Uvođenje nove dimenzije zahtijeva kritički osvrt na već postojeće dimenzije, kao i njihove skale mjerenja. Bilo je neophodno jasno argumentovati šta u stvari skale Samoobmana i Upravljanje utiskom ispituju. Uziel (2010) je teorijskim i empirijskim istraživanjem došao do saznanja da skale Upravljanja utiskom sistematski iskrivljuju odgovore ispitanika, da nisu povezane sa opštom tendencijom socijalno poželjnog oblika pomaganja osobi u nevolji, te da nisu pouzdane mjere socijalne poželjnosti, nego ličnosnih predispozicija. One zapravo sadrže indikatore ličnosnih orijentacija, stabilne su u vremenu, kroz situacije i kulture i nisu prediktor socijalno poželjnog predstavljanja osobe nego realnih ponašanja (Eysenck et al., 1985; Paulhus, 1984; Ellingson et al., 2001; Paulhus & Reynolds, 1995; Eysenck, & Eysenck, 1998; Bradburn et al., 1979, prema Uziel, 2010). Kurtz i saradnici (2008) su takođe pronašli da skale Upravljanja utiskom ispituju socijalno poželjnu orijentaciju ličnosti umjesto stilova davanja socijalno poželjnih odgovora. Furnham (1986) je u skladu s pokretom istraživanja šta zaista skale Upravljanja utiskom ispituju zaključio da ni sami istraživači koji su kreirali skale za ispitivanje socijalne poželjnosti nisu imali jasnu ideju o tome šta žele ispitati.

S obzirom na to da su istraživanja pokazivala nedosljednosti u ispitivanju socijalne poželjnosti skalama Upravljanja utiskom, osmišljena su dva kritička pristupa. Prvi pristup je nazvan odbrambeni, a kritiku upućuje situacijama za ispitivanje socijalne poželjnosti u koje je uključena socijalna evaluacija koja pojačava tendenciju ka usvajanju konformističkog, poslušnog i socijalno poželjnog ponašanja, a izbjegavanju socijalno nepoželjnog ponašanja (Uziel, 2010). Odbrambeni pristup zagovara model visoke motivacije/niske kompetencije koja je izražena kroz povišen stres u socijalnom kontekstu uz odbrambenu ponašajnu šemu i polazi od pretpostavke da će skala Upravljanja utiskom biti povezana sa socijalnim neprilagođavanjem (Uziel, 2010). Rađeno je niz istraživanja koja bi potkrijepila modifikovana saznanja o skali Upravljanja utiskom i socijalno poželjnom ponašanju. U jednom takvom istraživanju u odgovoru na stres autori su uočili tip ličnosti koji je pokazao nedosljednost između samooznačenih, psihičkih i ponašajnih reakcija na stres (Weinberger et al., 1979). Naime, ovi ispitanici su dobijali visoke skorove na

skali Upravljanja utiskom, a niske na skali anksioznosti kao crte ličnosti. Autori nizak rezultat na skali anksioznosti pripisuju odbrambenom potiskivanju koje je oblik samoobmane i obmane drugih (Weinberger et al., 1979).

Zajednička nit za sve skale Upravljanja utiskom je da se ispitanici koji postižu visoke skorove sa životom suočavaju na izbjegavajući, odbrambeni i inhibirajući način.

Drugi kritički pristup je nazvan adaptirajući i skalu Upravljanja utiskom povezuje sa emocionalnom stabilnošću, druželjubivošću i blagostanjem, te polazi od pretpostavke da će Upravljanje utiskom biti povezano sa socijalnim prilagođavanjem (Uziel, 2010). Iako naizgled oprečni, ova dva pristupa imaju zajedničke zaključke, odnosno da viši skor na skali Upravljanja utiskom odražava neku vrstu interpersonalne osjetljivosti koja mijenja ponašanje u različitim socijalnim kontekstima (Uziel, 2010).

Suočavanje ova dva naizgled oprečna pristupa je obavljeno kroz niz empirijskih istraživanja. Istraživanjima je potvrđeno postojanje korelacije između skala Upravljanja utiskom i crta ličnosti iz Big Five modela (Kurtz et al., 2008; Hogan et al., 2007; Lonqvist et al., 2007; Li & Bagger, 2006; Konstabel et al., 2006; McKelvie, 2004; Graziano & Tobin, 2002; Maltby et al., 2001). Takođe, pronađeno je da je skala Upravljanja utiskom pozitivno povezana sa dimenzijama Iskrenost-Poniznost u HEXACO inventaru ličnosti (De Vries et al., 2014).

Funder & Dobroth (1987) pronalaze negativnu korelaciju između skale Upravljanja utiskom i interpersonalno orijentisanih crta, saradljivost i ekstraverzija (opijanje i ostale aktivnosti koje remete društveni red). Međutim, trebamo uzeti u obzir da su ispitanici davali odgovore na pitanja na osnovu samopercepcije o sopstvenom ponašanju, te je bilo potrebno pronaći alternativne metode za procjenu korelacija između crta ličnosti i Upravljanja utiskom. Kao alternativna metoda su uvedeni izvještaji vršnjaka ili članova porodice (Kurtz et al., 2008; Lonqvist et al., 2007; Konstabel et al., 2006; Pauls & Stemmler, 2003). Rezultati istraživanja su pokazali dosljednost sa samoprocjenama ispitanika, odnosno korelacije su odgovarale prethodno dobijenim, iako je bilo izuzetaka kod ispitanika sa visokim skorom na skali Upravljanja utiskom koji su se opisivali kao više saradljivi, ali ih drugi nisu opisali kao takve (Kurtz et al., 2008;

Lonnqvist et al., 2007; Konstabel et al., 2006; Pauls & Stemmler, 2003). Rezultati navedenih istraživanja više idu u prilog argumentima adaptirajućeg pristupa, odnosno potvrđeno je da ispitanici sa visokim skorom na skali Upravljanja utiskom traže harmoniju, odobravanje i saradljivi su.

Nekoliko kros-kulturalnih istraživanja su u fokus stavila relacije između dugoročnih partnerskih veza, prijateljstava, socijalnog prilagođavanja i Upravljanja utiskom, a rezultati su pokazali da je Upravljanje utiskom u pozitivnoj korelaciji sa harmoničnim bračnim životom (Twenge & Im, 2007; Bradburn et al., 1979). Davies (2001) pronalazi da Upravljanje utiskom negativno korelira sa destruktivnim formama bračnih odnosa, odnosno posesivnim i zavisničkim ljubavnim stilovima. Rezultati istraživanja takođe ukazuju na to da površni poznanici ispitanike sa visokim skorom na skali Upravljanja utiskom doživljavaju kao emotivno stabilne i srećne (Konstabel et al., 2006; Pauls & Stemmler, 2003). Iz navedenih rezultata možemo zaključiti da je Upravljanje utiskom uspješan prediktor prvog utiska i harmonije u odnosima s ljudima.

Nakon pregleda istraživanja dokazi naginju ka adaptirajućem pristupu, iako oba pristupa imaju smislene i empirijski potkrepljene argumente. U tom kontekstu, istraživanja su pokazala da je Upravljanje utiskom u negativnoj korelaciji sa zloupotrebom alkohola i droge, ponavljajućim kriminalnim ponašanjem i mobingom na radnom mjestu (Twenge & Im, 2007; Parkins et al., 2006; Bradburn et al., 1979). Prema Paulhus-u (1984) Upravljanje utiskom reflektuje interpersonalnu osjetljivost na promjene u socijalnom kontekstu, prelazak iz privatnog u javni kontekst donosi i promjene u skorovima na skali Upravljanja utiskom. Sproveden je i niz eksperimenata kako bi se ispitaio doprinos Upravljanja utiskom samokontroli u javnom socijalnom kontekstu (Uziel & Baumeister, 2009). Rezultat je pokazao da Upravljanje utiskom doprinosi većoj samokontroli naročito u socijalnom kontekstu, te da se najveći dio varijanse crte samokontrole nalazi u Upravljanju utiskom (Uziel & Baumeister, 2009). Odnosno, ne samo da ispitanici sa visokim skorom na skali Upravljanja utiskom imaju tendenciju da se ponašaju „opušteno i sabrano” u javnom okruženju, nego posjeduju kapacitet da to i iznesu. Tangney i saradnici (2004) pronalaze da je Upravljanje utiskom prediktor niskog rezultata na skalama bijesa i agresije.

U oko dvije hiljade istraživanja je ispitivana mogućnost skala Upravljanja utiskom da zabilježe iskrivljivanje odgovora, odnosno socijalno poželjno ponašanje, ali svaka od njih je pala na tom testu (Uziel, 2010). Ove skale u stvari bilježe stabilne socijalno poželjne orijentacije ličnosti, a ne zavisno od konteksta socijalno poželjno ponašanje (Uziel, 2010). Odbrambeni i adaptirajući kritički pristup, kao i njihova teorijsko-empirijska podloga nas upućuju na ispoljavanje socijalne poželjnosti u vidu relativno stabilne crte, a manje kao kontekstualno promijenljive.

Povezanost multidimenzionalnih konstrukata religioznosti i socijalne poželjnosti

Leak i Fish (1989) su se pozabavili ispitivanjem relacija između religioznosti i socijalne poželjnosti. Pronašli su da intrinzička (ali ne i ekstrinzička) religioznost korelira sa višim skorom na skalama socijalne poželjnosti i to na obje dimenzije (Samoobmana i Upravljanje utiskom). Autori su interpretirali da bi ova povezanost mogla biti uslovljena prvobitno samoobmanom, pa potom namjernim pokušajem obmane drugih kako bismo se prikazali u pozitivnijem svjetlu, te na taj način bili dosljedni svom ponašanju pred drugima. Iako su Batson i saradnici (1978) takođe dobili pozitivnu vezu između intrinzičke religioznosti i socijalne poželjnosti tim su motivisali i brojne autore da provjere njihove rezultate kroz nova istraživanja. Istraživanje Batsona i saradnika (1993, prema Sharif, 2015) je pokazalo da su se intrinzički religiozni ispitanici u prosjeku više dobrovoljno prijavljivali da pomognu, ali samo u slučaju kad je vjerovatnoća da će to zaista trebati uraditi bila vrlo mala. Možemo pretpostaviti da su ispitanici željeli svojim ponašanjem predstaviti ona obilježja koja njihova religija propagira kao pozitivna, odnosno da se prikažu u pozitivnijem svjetlu.

Naime, u većini sprovedenih istraživanja je dobijeno isto, da intrinzički religiozni ispitanici daju socijalno poželjnije odgovore, opisuju se u pozitivnijem svjetlu, dok oni ekstrinzički religiozni nisu pokazali tendenciju ka socijalno poželjnom odgovaranju. (Trimble, 1997; Sedikides & Gebauer, 2010, prema Sedikides & Gebauer, 2010). U skorijem istraživanju Burris-a i Navar-e (2002) koji su koristili dvodimenzionalnu skalu socijalne poželjnosti pokazano je da intrinzička religioznost pozitivno korelira sa dimenzijom Upravljanja utiskom.

Meta-analiza istraživanja iz nekoliko zemalja je pokazala da religiozniji ispitanici imaju veće skorove na skali Upravljanja utiskom od onih manje religioznih (Trimble, 1997; Sedikides & Gebauer, 2010, prema Sedikides & Gebauer, 2010). Do sličnih rezultata su došli i Gervais i Norenzayan (2012), odnosno, religiozniji ispitanici su u prosjeku skloniji predstavljanju sebe u pozitivnijem svjetlu kad pretpostavljaju da se njihovo ponašanje posmatra, u ovom slučaju od strane Boga. Iako je većina sprovedenih istraživanja uzimala u obzir samo intrinzičku i ekstrinzičku dimenziju religioznosti, a dimenziju Samoobmane i Upravljanja utiskom socijalne poželjnosti, možemo ih uzeti kao reference za naše istraživanje. Kao što je pomenuto ranije u uvodu, intrinzička religioznost dijeli zajedničke karakteristike sa Ideološkom dimenzijom, Dimenzijom vjere, dimenzijom Religiozno iskustvo, a ekstrinzička sa dimenzijom Religiozna praksa.

Sedikides i Gebauer (2010) su svojim istraživanjem pružili interesantan empirijski dokaz o obrnutom smjeru uticaja, odnosno da religioznost ne motiviše ljude da se predstavljaju u pozitivnijem svjetlu (samopoboljšanje posmatrano kao crta ličnosti, mjereno socijalno poželjnim odgovaranjem), nego da predstavljanje sebe u pozitivnijem svjetlu motiviše na religioznost. Pojedinci s tendencijom ka čestom i nesvjesnom predstavljanju sebe u pozitivnijem svjetlu imaju i visok skor na samopoboljšanju kao crti ličnosti, te ono postaje stabilno s vremenom i za razliku od religioznosti nema različite i mnogobrojne komponente i manifestacije (Sedikides & Gebauer, 2010). Još neka istraživanja među kojima su i longitudinalna pokazuju da crte ličnosti utiču na religioznost, a ne obrnuto (McCullough et al., 2005; Wink et al., 2007). Paloutzian i saradnici (1999) dolaze do podatka da čak i najveće religiozne promjene poput prelaska u drugu religiju, ne mijenjaju crte ličnosti osobe. Ova istraživanja govore u prilog tome da se promjene u religioznosti ili socijalnoj poželjnosti ne mogu posmatrati samo situaciono nego da na njih utiču i crte ličnosti kao relativno stabilne. Upravo ova istraživanja su podstakla autore da uvažavaju značaj nove dimenzije socijalne poželjnosti koja će pružiti drugačiju perspektivu na pozadinske procese povezanosti s pojmovima poput religioznosti.

Problem istraživanja

Pregled literature sa sličnim temama sugerira da je multidimenzionalni konstrukt religioznosti u vezi sa psihološkim pojavama kod nas nedovoljno istražen, naročito u vezi sa socijalnom poželjnošću. Naime, religioznost je kao što se može zaključiti iz teorijskog uvoda multidimenzionalan konstrukt, što ukazuje na to da osoba može biti religiozna na samo jednoj dimenziji religioznosti, a religioznost se može ispoljavati na različite načine i koristiti u različite svrhe.

Istraživanjima je pokazano da religiozniji ispitanici u prosjeku više ispoljavaju tendenciju predstavljanja sebe u pozitivnijem svjetlu (Leak & Fish, 1989; Trimble, 1997; Sedikides & Gebauer, 2010; Burris & Navara, 2002, Batson et al., 1978; Alicke et al., 1995; Alicke & Govorun, 2005). Autori ovakve pojave uglavnom objašnjavaju religioznim grupama kojima pojedinac pripada, njihovim sistemom vrijednosti, moralnih uvjerenja kao i karakteristikama prototipnog člana religiozne grupe (prema Sedikides & Gebauer, 2010). Odnosno, religiozniji pojedinac će se u prosjeku više predstavljati u pozitivnijem svjetlu zato što na taj način njeguje sliku o sebi kao „moralnom“ čovjeku sa karakteristikama koje njegova religija propagira.

Pronađeno je i da religiozniji ispitanici u prosjeku daju više socijalno poželjnih odgovora i to na dimenziji Upravljanja utiskom (Leak & Fish, 1989; Trimble, 1997; Sedikides & Gebauer, 2010; Burris & Navara, 2002, Batson et al., 1978; Alicke et al., 1995; Alicke & Govorun, 2005). Isto tako istraživanja su potvrdila postojanje pozitivne korelacije između intrinzičke religioznosti i dimenzije Upravljanja utiskom (Leak & Fish, 1989; Burris & Navara, 2002, Gervais & Norenzayan, 2012). Pomenuta istraživanja su se koristila različitim, uglavnom dvodimenzionalnim skalama socijalne poželjnosti (Samopoboljšanje i Upravljanje utiskom) i religioznosti (intrinzička i ekstrinzička), gdje je fokus uglavnom stavljen na povezanost religioznosti sa skalama Upravljanja utiskom. Kako bi se oba konstrukta dublje ispitala, potrebno je zauzeti multidimenzionalni pristup, na šta smo se odlučili u ovom istraživanju. Dimenzije religioznosti kojima ćemo se baviti u ovom istraživanju dijele zajedničke karakteristike sa intrinzičkom i ekstrinzičkom dimenzijom religioznosti, te kao referencu svakako možemo iskoristiti istraživanja predstavljena u uvodnom dijelu.

Problem koje donosi ovo istraživanje je ispitivanje veza između više dimenzija religioznosti i više dimenzija socijalne poželjnosti nedavno adaptiranim instrumentima čiji su ajtemi formirani

na novijim saznanjima iz oblasti religioznosti i socijalne poželjnosti. U dosadašnjim istraživanjima religioznost i socijalna poželjnost su se uglavnom posmatrale i izučavale dvodimenzionalno, a mi unosimo novinu posmatrajući oba konstrukta višedimenzionalno sa jasno odvojitivim dimenzijama. Naime, religioznost posmatramo petodimenzionalno (Religiozno znanje, Religiozna uvjerenja, Religiozna iskustva, Religiozni altruizam i Religiozne aktivnosti), a socijalnu poželjnost trodimenzionalno (Samopoboljšanje, Upravljanje utiskom i Socijalna poželjna orijentacija ličnosti), te unosimo i novu perspektivu u međusobnu povezanost ovih konstrukata. Napominjemo da raspoložemo oskudnim podacima, uslijed nedovoljno istraženog područja, ali to je i prednost istraživanja, jer pratimo trendove iz ovog područja i donosimo novine.

Cilj istraživanja

Cilj ovog istraživanja je ispitivanje relacija između dimenzija religioznosti i socijalne poželjnosti. Kako je utvrđeno prethodnim istraživanjima, postoji određena veza između religioznosti i socijalne poželjnosti, kako u globalu tako i sa njenim pojedinačnim dimenzijama (intrinzička i ekstrinzička), (Samopoboljšanje i Upravljanje utiskom). Odnosno, postoji opšta tendencija da religiozniji ispitanici u prosjeku daju više socijalno poželjnih odgovora, od onih manje religioznih. Oba konstrukta su višedimenzionalna i doživjela su razvoj, te je ovakav vid ukrštanja dimenzija relativno noviji i potrebno ga je empirijski istražiti. Takođe, jedan od ciljeva je i upotreba nedavno adaptiranih instrumenata koji bi mogli dati drugačiji uvid u pojedinačne konstrukte, kao i u prirodu njihove veze.

Hipoteze

Postavljamo pet hipoteza čija je podrška uglavnom pronađena u starijim istraživanjima gdje su korišteni drugačiji instrumenti čija je operacionalizacija dimenzija, kao i pojedinačnih ajtema oba konstrukta imala uticaj na ishode istraživanja.

Kako je pomenuto u uvodnom dijelu i problemu istraživanja, opravdano u intrinzičkoj dimenziji pronalazimo karakteristike četiri dimenzije religioznosti (Religiozno znanje, Religiozna uvjerenja, Religiozna iskustva, Religiozni altruizam), a brojna istraživanja su pokazala da su intrinzički religiozni ispitanici davali više socijalno poželjnih odgovora (Leak i Fish, 1989; Tetlock i Manstead, 1985; Trimble, 1997; Sedikides & Gebauer, 2010; Burris & Navara, 2002, Batson et al., 1978; Alicke et al., 1995; Alicke & Govorun, 2005). Odnosno, religiozniji ispitanici imaju tendenciju da se predstavljaju u pozitivnijem svjetlu, što je ispitano kroz socijalno poželjno odgovaranje. Rezultati pomenutih istraživanja potkrepljuju opštu hipotezu o postojanju pozitivne povezanosti između intrinzičke religioznosti i socijalne poželjnosti, te na osnovu opšte izvodimo i specifične hipoteze:

1. Osobe koje pokazuju veći nivo religioznog znanja pokazuju i veću tendenciju ka socijalno poželjnom odgovaranju na dimenzijama socijalne poželjnosti
2. Osobe koje pokazuju veći nivo religioznih uvjerenja pokazuju i veću tendenciju ka socijalno poželjnom odgovaranju na dimenzijama socijalne poželjnosti
3. Osobe koje pokazuju veći nivo religioznog iskustva pokazuju i veću tendenciju ka socijalno poželjnom odgovaranju na dimenzijama socijalne poželjnosti
4. Osobe koje pokazuju veći nivo religioznog altruizma pokazuju i veću tendenciju ka socijalno poželjnom odgovaranju na dimenzijama socijalne poželjnosti

Istraživanja koja su rađena sa intrinzičkom i ekstrinzičkom religioznošću su došla do saznanja da ekstrinzička religioznost nije bila povezana sa socijalnom poželjnošću (Trimble, 1997; Sedikides & Gebauer, 2010; Leak i Fish, 1989; Tetlock i Manstead, 1985; Burris & Navara, 2002, Batson et al., 1978; Alicke et al., 1995; Alicke & Govorun, 2005). Kako je jedna od osnovnih odlika i oblika ispoljavanja ekstrinzičke religioznosti instrumentalnost, a ona se ogleda kroz religiozne aktivnosti, smatramo da bismo rezultate prethodnih istraživanja mogli iskoristiti kao podršku za posljednju hipotezu:

5. Osobe koje pokazuju veći nivo religioznih aktivnosti ne pokazuju tendenciju ka socijalno poželjnom odgovaranju na dimenzijama socijalne poželjnosti

METOD

Tip istraživanja

Sprovedeno istraživanje pripada korelativnom, kvantitativnom i anketnom tipu istraživanja. Korelacionom matricom se provjerava tip povezanosti između pet dimenzija religioznosti (dimenzije za koje postavljamo hipoteze posmatramo kao zasebne varijable) i tri dimenzije socijalne poželjnosti (dimenzije socijalne poželjnosti posmatramo kao zasebne varijable).

Prednosti upotrebljenog pristupa u našem istraživanju se odnose na prostornu i finansijsku praktičnost, jer je anketnim tipom istraživanja moguće prikupiti veliki uzorak, odnosno veliki broj kvantitativnih podataka u kratkom vremenskom periodu, te su podaci lakši za obradu, jer se koristimo objektivnim statističkim metodama.

Nedostaci upotrebljenog pristupa se odnose na nedostatak uvida u pozadinske procese, odnosno ono što je potencijalno moglo uticati na davanje određenih odgovora u upitnicima od strane ispitanika, a na šta su mogli uticati faktori poput konteksta, raspoloženja, znanja, vještina, tipa ličnosti i slično. Upravo iz tog razloga, alternativni metod, odnosno dodatni, za istraživanje ovog tipa bi mogao biti kvalitativni, polustrukturisani intervju sa ispitanicima kako bismo konkretnije, obuhvatnije i dublje procijenili zašto, kako, na koji način i na kojim dimenzijama su ljudi religiozni, te u skladu s tim i vezu sa dimenzijama socijalne poželjnosti.

Varijable

1. Religioznost bi bila nezavisna varijabla (prediktorska) u ovom istraživanju, odnosno njenih pet dimenzija za koje pretpostavljamo da su u vezi sa dimenzijama socijalne poželjnosti.
 - a) Religiozno znanje - znanje o sopstvenoj religiji stečeno kroz vjerske spise
 - b) Religiozna uvjerenja - lično vjersko iskustvo
 - c) Religiozna iskustva - doživljavanje kontakta sa natprirodnim
 - d) Religiozni altruizam - uticaj religioznosti na čovjekov svakodnevni život
 - e) Religiozne aktivnosti - učestalost praktikovanja vjerskih aktivnosti

2. Socijalna poželjnost bi bila zavisna varijabla (kriterijumska), odnosno njene tri dimenzije.
 - a) Samopoboljšanje (ili Samozavaravanje, odnosno Self-enhancement)
 - b) Upravljanje utiskom (Impression Management)
 - c) Socijalno poželjna orijentacija ličnosti

Uzorak

Uzorak za ovo istraživanje je prigodni i to iz populacije mladih od 19 do 35 godina. U istraživanju je učestvovao 761 ispitanik i to 203 ispitanika muškog pola (26,2 %) i 555 ispitanika ženskog pola (72 %). Najmlađi ispitanik iz uzorka ima 17 (jedan ispitanik), a najstariji 39 godina (jedan ispitanik). Najveći broj ispitanika iz uzorka su studenti 693 (91,4 %) i to 406 (53,3 %) s Filozofskog fakulteta u Banjoj Luci. Ispitanici su većinski naveli Banju Luku kao mjesto prebivališta 387 (50,2 %), a 465 (61,5 %) ispitanika živi u gradu. Većina, 690 (91 %) ispitanika se izjasnilo da su srpske nacionalne pripadnosti, 633 (83,5 %) da su pravoslavne vjeroispovijesti, a 689 (90,9 %) da su religiozni. Istraživanja iz sličnih oblasti su za uzorak uzimala adolescente ili studente, uglavnom iz praktičnih razloga i dostupnosti ove populacije. Mi smo se takođe odlučili za uzorak studenata prvenstveno iz praktičnih razloga, a potom da pokušamo sagledati relacije ovih konstrukata iz perspektive mladih. Instrumenti koje smo koristili u istraživanju nisu osjetljivi na uzrast tako da sam odabir ovakvog uzorka nije mogao remetiti tok ispitivanja.

Instrumenti

Za potrebe istraživanja korištena su dva instrumenta. Instrument za ispitivanje dimenzija religioznosti SD 111 te adaptirana i skraćena skala socijalno poželjnog odgovaranja 3IDR.

SD 111 upitnik sadrži 43 ajtema za procjenu odnosa prema religiji. Instrumentom se procjenjuje odnos ispitanika prema religiji i to na sedam dimenzija: Religiozno znanje, Religiozna uvjerenja, Religiozna iskustva, Religiozni altruizam, Tradicionalno-institucionalna religioznost, Intrinzička religioznost i Religiozne aktivnosti. Iako instrument obuhvata sedam dimenzija, mi smo se u ovom istraživanju odlučili pozabaviti sa njih pet za koje smo pronašli empirijsku podlogu u

ranijim istraživanjima. Dimenzije u upitniku su kombinacija dimenzija autora koji su zastupali dimenzionalni pristup religioznosti (Allport & Ross, 1967; Glock & Stark, 1968; Pantić, 1988; Aargyle, 2000, prema Dušanić, 2007). Upitnik je adaptiran i provjeren u nekoliko istraživanja (Dušanić, 2016; Dušanić et al., 2015). Dimenzije religioznosti se opisuju i operacionalizuju kao:

1. Religiozno znanje - znanje o sopstvenoj religiji stečeno kroz vjerske spise („Koji od Hristovih bliskih sljedbenika ga se tri puta odrekao?“ Zaokružiti jedan tačan odgovor među ponuđenim).
2. Religiozna uvjerenja - lično vjersko iskustvo, odnosno u kojoj mjeri ljudi imaju određena religiozna uvjerenja („Vjerujem da Bog postoji.“ Zaokružiti stepen slaganja s tvrdnjom na skali od 1 do 5, gdje 1 predstavlja, uopšte se ne slažem, a 5, u potpunosti se slažem).
3. Religiozna iskustva - doživljavanje kontakta sa natprirodnim („Imao/la sam doživljaj Božijeg prisustva i njegove energije.“ Zaokružiti stepen slaganja s tvrdnjom na skali od 1 do 5, gdje 1 predstavlja, uopšte se ne slažem, a 5, u potpunosti se slažem).
4. Religiozni altruizam – uticaj religioznosti na čovjekov svakodnevni život („Moja briga prema ljudima je bazirana na ljubavi prema Bogu.“ Zaokružiti stepen slaganja s tvrdnjom na skali od 1 do 5, gdje 1 predstavlja, uopšte se ne slažem, a 5, u potpunosti se slažem).
5. Religiozne aktivnosti – instrumentalna, učestalost praktikovanja religioznih aktivnosti („Koliko često čitaš vjersku literaturu (npr. Biblija, Kur'an i sl.)?“ Zaokružiti stepen slaganja s tvrdnjom na skali od 1 do 5, gdje 1 predstavlja, nikad, a 5, veoma često).

3IDR (Lakić, 2017) predstavlja kombinaciju odabranih stavki iz BIDR i CIDR instrumenata (Paulhus, 2002) kojim se procjenjuju dva različita konstrukta koja se podvode pod pojam socijalnog poželjnog odgovaranja: Samopoboljšanje (Samozavaravanje kako se često prevodi konstrukt Self-enhancement) i Upravljanje utiskom (Impression Management), te stavki koje su namjenski kreirane, a kojima se procjenjuje socijalno poželjna orijentacija osobe nezavisna od situacije procjenjivanja. Konačna verzija instrumenta ima 22 tvrdnje (po 7 skale Samopoboljšanja i Socijalno poželjne orijentacije ličnosti, a 8 Upravljanje utiskom) na koje ispitanici odgovoravaju sa Da i Ne.

U prilog faktorske valjanosti instrumenta govore rezultati eksploratorne faktorske analize na tetrahorničnim korelacijama na uzorku iz ovog istraživanja (n = 761). Naime, postupkom

postepene faktorske analize dobijena je interpretabilna trofaktorska struktura sa prostim obrascem zasićenja, pri čemu su sve stavke zasićene teorijski predviđenem faktorima. Svaka od skala je, u zadovoljavajućoj mjeri jednodimenzionalna o čemu govore izgled grafikona sedimenta i rezultati paralelne faktorske analize. Međusobna povezanost faktora je niska (korelacije za oblimin korelirane faktore se kreću od .11 do .25 (odnosno od .07 do .26 za korelacije među sumacionim skorovima). Odnosno, ne postoji nadređeni faktor socijalne poželjnosti koji bi opravdavao izračunavanje jednog skora.

Interna konzistentnost je zadovoljavajuća kada se u obzir uzmu kalkulacije na tetrahoričnim korelacijama koje su teorijski opravdan tip korelacija. Za skale Samopoboljšanja, Socijalno poželjne orijentacije ličnosti i Upravljanja utiskom se dobijaju alfa koeficijenti .71, .76 i .84, čije su vrijednosti identične ukupnim omega koeficijentima. Viši skorovi označavaju veću izraženost procjenjivanih konstrukata.

Postupak prikupljanja podataka

Podaci su se prikupljali online (GoogleForm) i metodom papir-olovka. Online forma je kreirana kao olakšica u prikupljanju uzorka s obzirom na to da se većina ispitanika iz populacije studenata koristi internetom i društvenim mrežama. U online formi je jasno naznačeno uputstvo za popunjavanje upitnika, te informacije u vezi sa anonimnošću, upotrebom podataka i svrsi istraživanja. Što se tiče metode papir-olovka, prije podjele upitnika ispitanici su takođe dobili informacije o svrsi istraživanja, anonimnosti i upotrebi podataka. Ispitanici koji su upitnike popunjavali metodom papir-olovka su većinom sa Filozofskog fakulteta u Banjoj Luci i to odsjeka psihologija, predškolsko vaspitanje, pedagogija, razredna nastava, istorija i filozofija. Prosječno vrijeme popunjavanja oba upitnika je iznosilo 25 minuta.

Obrada podataka

Nakon prikupljanja podataka, podaci iz online forme upitnika su kopirani u *Excel* bazu podataka, a podaci iz upitnika popunjavanih metodom papir-olovka su ručno unešeni, potom kodirani.

Podaci iz *Excel* baze podataka su uvezeni u SPSS, potom su tražene i ispravljane greške, kako bi se obavila kvalitetna obrada i analiza podataka.

Prvobitno je urađena deskriptivna statistika, koja nam je posvjedočila o prosječnim tendencijama većine ispitanika ka određenim odgovorima na skalama dimenzija religioznosti i socijalne poželjnosti, te ekstremnim skorovima. Nakon deskriptivne statistike urađena je korelaciona matrica kako bi se provjerile relacije između pet dimenzija religioznosti (Religiozno znanje, Religiozna uvjerenja, Religiozna iskustva, Religiozni altruizam i Religiozne aktivnosti) i tri dimenzije socijalne poželjnosti (Samopoboljšanje, Upravljanje utiskom i Socijalno poželjna orijentacija ličnosti). Nakon što smo u korelacionoj matrici dobili rezultate koji govore o kvalitetu relacija između dimenzija religioznosti i socijalne poželjnosti, uradili smo i regresionu analizu kako bismo utvrdili da li su neke dimenzije religioznosti bolji prediktori dimenzije Socijalno poželjne orijentacije ličnosti.

REZULTATI

Rezultati deskriptivne statistike

Rezultati deskriptivne statistike govore o prosječnim tendencijama ispitanika ka određenim odgovorima na skalama dimenzija religioznosti i socijalne poželjnosti, normalnosti raspodjele podataka, te ekstremnim skorovima. Rezultati prikazani u Tabeli 1 i Tabeli 2 ne ukazuju na normalnu raspodjelu podataka na dimenzijama religioznosti (Religiozno znanje, Religiozna uvjerenja, Religiozna iskustva, Religiozni altruizam i Religiozne aktivnosti) i socijalne poželjnosti (Samopoboljšanje, Socijalno poželjna orijentacija ličnosti i Upravljanje utiskom). Prilikom donošenja zaključka o normalnosti, vodili smo se i histogramima (Grafikoni 1-8, pogledati u priložima), te podatkom Shapiro-Wilk testa (Shapiro & Wilk, 1965; Razali & Wah, 2011) koji ukazuje na statistički značajno odstupanje dimenzija Religiozno znanje, Religiozna uvjerenja, Religiozna iskustva, Religiozni altruizam i Religiozne aktivnosti od normalnosti, u ovom slučaju $p < .001$. Takođe i kod dimenzija socijalne poželjnosti Shapiro-Wilk test ukazuje na statistički značajno odstupanje od normalne raspodjele, u ovom slučaju $p < .001$. Naime, na mnogim skalama koje se koriste u društvenim naukama rezultati su većinom raspoređeni asimetrično, lijevo ili desno od srednje vrijednosti, što često ukazuje na stvarnu prirodu konstrukta koji se mjeri, odnosno njegovu asimetričnu raspodjelu u realnosti (Tabachnik & Fidell, 2007).

Pored normalnosti raspodjele podataka histogrami nam svjedoče i o prosječnim tendencijama odgovaranja ispitanika unutar svake od dimenzija religioznosti i socijalne poželjnosti. Tako na histogramu (Grafikon 1, pogledati u priložima) dimenzija Religioznog znanja, većina ispitanika pokazuje tendenciju davanja odgovora oko srednje prosječne vrijednosti. Kao što vidimo na Grafikonu 2 (dimenzija Religiozne aktivnosti, pogledati u priložima) ispitanici pokazuju tendenciju da daju odgovore unutar srednje prosječne vrijednosti, odnosno da religiozne aktivnosti češće u prosjeku praktikuju „ponekad”. Što se tiče Grafikona 3, (dimenzija Religiozna uvjerenja, pogledati u priložima) možemo vidjeti da tendencija davanja odgovora naginje ka višim vrijednostima. U kontekstu našeg istraživanja, ispitanici su u prosjeku češće davali odgovore da vjeruju da Bog postoji i ostale ajteme koji su ispitivali religiozna uvjerenja. Uočljiva na Grafikonu 4 (dimenzija Religiozna iskustva, pogledati u priložima) je tendencija

ispitanika da češće u prosjeku „nisu sigurni” da li su doživjeli Božije prisustvo. Grafikon 5, (dimenzija Religiozni altruizam, pogledati u priložima) svjedoči o tendenciji ispitanika da češće u prosjeku daju odgovore koji naginju ka višim vrijednostima, odnosno da odnos prema vjeri i Bogu u prosjeku više utiče na to da činimo dobro i pomažemo drugima.

Što se tiče dimenzija socijalne poželjnosti, Grafikon 6 (dimenzija Samopoboljšanje, pogledati u priložima) svjedoči o tendenciji ispitanika da daju odgovore koji u prosjeku više naginju ka nižim vrijednostima. Odnosno, ispitanici su u prosjeku više imali tendenciju da daju odgovore koji idu u prilog manjoj izraženosti samopoboljšanja ili samozavaravanja. Na Grafikonu 7 (dimenzija Socijalno poželjna orijetnacija ličnosti, pogledati u priložima) uočavamo tendenciju odgovora ispitanika ka višim skorovima, odnosno da ispitanici u prosjeku imaju više izraženu socijalno poželjnu orijetnaciju ličnosti. Na posljednjem, Grafikonu 8 (dimenzija Upravljanje utiskom, pogledati u priložima) se primjećuje viša prosječna tendencija ispitanika ka nižim skorovima. Ispitanici su u prosjeku ispoljavali nižu tendenciju davanja socijalno poželjnih odgovora u cilju obmane drugih.

Histogrami (Grafikoni 1 – 8, pogledati u priložima) nam takođe daju i informacije o ekstremnim skorovima. Odnosno, ako pogledamo Grafikon 1 (Religiozno znanje, pogledati u priložima) i Grafikon 3 (Religiozna uvjerenja, pogledati u priložima), vidjećemo da jedan skor naročito odskače, a to je skor 5. On bi se tehnički mogao tretirati kao ekstreman, ali budući da je raspon odgovora mali, te da je on samo jedan, njegovim eliminisanjem ili dodjeljivanjem nižeg skora ne dolazi do značajnih pomjeranja visina korelacija (Tabela 5). Da ekstremne vrijednosti ne utiču značajno na prosječne vrijednosti ukazuju i podaci (Tabele 6 i 7, pogledati u priložima), te ih nije potrebno dalje ispitivati, jer ne pokazuju bitan uticaj na korelacije.

Tabela 1. Deskriptivne karakteristike dimenzija religioznosti

<i>Dimenzije religioznosti</i>	<i>M</i>	<i>SD</i>	<i>Skewnees</i>
Religiozno znanje	2. 958	0. 399	0. 143
Religiozna uvjerenja	3. 419	0. 694	-0. 976
Religiozna iskustva	2. 933	1. 114	-0. 106
Religiozni altruizam	3. 194	1. 191	-0. 434
Religiozne aktivnosti	2. 817	0. 860	-0. 129

Tabela 2. Deskriptivne karakteristike dimenzija socijalne poželjnosti (SP)

<i>Dimenzije SP</i>	<i>M</i>	<i>SD</i>	<i>Skewnees</i>	<i>Kurtosis</i>
Samopoboljšanje	0. 362	0. 230	0.366	-0.464
Socijalno poželjna orijentacija ličnosti	0.607	0.265	-0.281	-0.800
Manipulacija utiskom	0.381	0.263	0.466	-0.553

Tabela 3. Shapiro-Wilkov test normalnosti distribucije za dimenzije religioznosti

<i>Dimenzije religioznosti</i>	<i>Shapiro-Wilk</i>
Religiozno znanje	0. 980
Religiozna uvjerenja	0. 982
Religiozna iskustva	0. 910
Religiozni altruizam	0. 966
Religiozne aktivnosti	0. 939

Tabela 4. Shapiro-Wilkov test normalnosti distribucije za dimenzije (SP) socijalne poželjnosti

<i>Dimenzije SP</i>	<i>Shapiro-Wilk</i>
Samopoboljšanje	0. 946
Socijalno poželjna orijentacija ličnosti	0. 944
Manipulacija utiskom	0. 943

Tabela 5. Pearson-ov i Spearman-ov koeficijent korelacije (dimenzije Religiozno znanje i Religiozna uvjerenja)

	<i>r</i>	<i>rho</i>
<i>Dimenzije religioznosti</i>	Religiozno znanje	Religiozna uvjerenja
Religiozno znanje	1	0.044
Religiozna uvjerenja	0.042	1

Interkorelacije dimenzija religioznosti i socijalne poželjnosti

Kao pokazatelj interkorelacija i korelacija između varijabli (Religiozno znanje, Religiozna uvjerenja, Religiozna iskustva, Religiozni altruizam, Religiozne aktivnosti i tri dimenzije socijalne poželjnosti, Samopoboljšanje, Socijalno poželjna orijentacija ličnosti i Upravljanje utiskom) je izdvojen Spearman-ov rho koeficijent, jer primarno opisuje snagu veze između varijabli bez pretpostavke o frekvenciji distribucije varijabli i linearnosti veze. Isto tako, Spearman-ov rho je manje osjetljiv na autlajere, te je otporniji pokazatelj korelacija između varijabli (Hauke & Kosowski, 2011).

Tabela 8. Interkorelacije dimenzija religioznosti

<i>Koeficijent korelacije</i>	<i>Spearman-ov rho</i>				
	Religiozno znanje	Religiozna uvjerenja	Religiozna iskustva	Religiozni altruizam	Religiozne aktivnosti
Religiozno znanje	1	0.044	0.036	-0.009	0.000
Religiozna uvjerenja	0.044	1	0.611**	0.652**	0.633**
Religiozna iskustva	0.036	0.611**	1	0.656**	0.637**
Religiozni altruizam	-0.009	0.652**	0.656**	1	0.682**
Religiozne aktivnosti	0.000	0.633**	0.637**	0.682**	1

LEGENDA: * statistički značajna korelacija na nivou $p < .005$
 ** statistički značajna korelacija na nivou $p < .001$

Rezultati iz korelacione matrice prikazani Tabelom 8 pokazuju da su pojedine interkorelacije dimenzija religioznosti na našem uzorku pozitivne, velike i statistički značajne ($p < .001$). Dimenzije Religiozne aktivnosti, Religiozna uvjerenja, Religiozna iskustva i Religiozni altruizam su u pozitivnoj, velikoj i statistički značajnoj interkorelaciji kao što se može vidjeti iz Tabele 8. Međutim, dimenzije Religiozne aktivnosti, Religiozna uvjerenja, Religiozna iskustva i Religiozni altruizam su bez obzira na visoke korelacije, sadržinski jasno odvojive, iako dijele karakteristike intrinzičke religioznosti (Leak i Fish, 1989; Tetlock i Manstead, 1985; Trimble, 1997; Sedikides & Gebauer, 2010; Burris & Navara, 2002, Batson et al., 1978; Alicke et al., 1995; Alicke & Govorun, 2005). Međutim, dimenzija Religiozne aktivnosti je po karakteristikama bila pripisana ekstrinzičkoj religioznosti, ali visoke korelacije sa dimenzijama bliskim intrinzičkoj ukazuju na potrebu za sagledavanjem ove dimenzije iz druge perspektive, odnosno istraživanjem njenih slojeva i pozadinskih procesa. Dimenzija Religiozno znanje je u skoro nepostojećoj korelaciji sa ostalim dimenzijama religioznosti, što bi moglo ukazivati da je ona jedan sasvim zaseban segment koji nam pruža drugačiji ugao u konstrukt religioznosti.

Tabela 9. Interkorelacije dimenzija (SP) socijalne poželjnosti

<i>Koeficijent korelacije</i>	<i>Spearman-ov rho</i>		
	<i>Dimenzije SP</i>	Samopoboljšanje	SPOL
Samopoboljšanje	1	0. 245**	-0. 047
SPOL	0. 245**	1	-0. 091*
Manipulacija utiskom	-0. 047	-0. 091*	1

LEGENDA: SPOL- Socijalno poželjna orijentacija ličnosti
 * statistički značajna korelacija na nivou $p < .005$
 ** statistički značajna korelacija na nivou $p < .001$

Dobijene su i statistički značajne interkorelacije ($p < .001$ i $p < .005$) između pojedinih dimenzija socijalne poželjnosti na našem uzorku ispitanika, kao što je predstavljeno u Tabeli 9. Naime, dobili smo da dimenzija Socijalno poželjna orijentacija ličnosti pozitivno korelira sa dimenzijom Samopoboljšanje, a blago negativno (skoro nepostojeće) sa dimenzijom Upravljanja utiskom. Kako raste socijalno poželjna orijentacija ličnosti tako raste i samopoboljšanje (nesvjesna tendencija da se vidimo u pozitivnijem svjetlu u koji zaista vjerujemo da je istinit), ali ne i svjesna tendencija obmanjivanja drugih. Negdje je i pretpostavljeno da ispitanici sa izraženijom socijalno poželjnom orijentacijom ličnosti daju nesvjesne socijalno poželjne odgovore u cilju održavanja pozitivnije slike o samom sebi, a ne svjesne manipulacije utiscima drugih. Korelacije između dimenzija Samopoboljšanje i Upravljanje utiskom su blago negativne i skoro nepostojeće, što potvrđuje da su ove dvije dimenzije potpuno odvojive i da se ne nadovezuju niti zavise jedna od druge, kao što su pojedini autori pretpostavljali (Baumeister, 1982; Staw, 1980).

Korelacije dimenzija religioznosti i socijalne poželjnosti

Tabela 10. Korelaciona matrica dimenzija religioznosti i socijalne poželjnosti

Koficijent korelacije	Spearman-ov rho			
	Dimenzije religioznosti i SP	Samopoboljšanje	SPOL	Manipulacija utiskom
Religiozno znanje	-0.036	-0.026	0.004	
Religiozna uvjerenja	-0.017	0.197**	-0.007	
Religiozna iskustva	0.053	0.176**	-0.004	
Religiozni altruizam	0.079*	0.345**	0.062	
Religiozne aktivnosti	0.050	0.303**	0.020	

LEGENDA: SPOL- Socijalno poželjna orijentacija ličnosti
* statistički značajna korelacija na nivou $p < .005$
** statistički značajna korelacija na nivou $p < .001$

Tabela 10 predstavlja korelacionu matricu pet dimenzija religioznosti (Religiozno znanje, Religiozna uvjerenja, Religiozna iskustva, Religiozni altruizam i Religiozne aktivnosti) i tri dimenzije socijalne poželjnosti (Samopoboljšanje, Socijalno poželjna orijentacija ličnosti i Upravljanje utiskom) koje bi hipotetički trebale biti u vezi. Veze pojedinih dimenzija su potkrepljene teorijsko-empirijskim podacima iz uvodnog dijela, ali želimo provjeriti prirodu i značaj njihove povezanosti u kontekstu našeg istraživanja. Naime, dobijeni rezultati prikazani u Tabeli 10 ukazuju da dimenzija Religiozno znanje blago negativno, skoro da i ne korelira sa dimenzijama Samopoboljšanja i Socijalno poželjne orijentacije ličnosti, dok isto tako, samo blago pozitivno, skoro da i ne korelira sa dimenzijom Upravljanja utiskom. Dimenzija Religiozna uvjerenja je u blago negativnoj, skoro nepostojećoj, korelaciji sa dimenzijama Samopoboljšanje i Upravljanje utiskom. Pozitivna i statistički značajna ($p < .001$), iako mala, korelacija je pronađena između dimenzije Religiozna uvjerenja i Socijalno poželjne orijentacije ličnosti. Odnosno, ispitanici sa većim ličnim vjerskim uvjerenjima imaju malo izraženiju

socijalno poželjnu orijentaciju ličnosti ispitivanu socijalno poželjnim odgovaranjem. Rezultati ukrštanja dimenzije Religiozna iskustva sa dimenzijama socijalne poželjnosti su pokazali sljedeće: korelacija sa dimenzijom Samopoboljšanje je jako niska (skoro nepostojeća), blago pozitivna i statistički neznačajna, korelacija sa dimenzijom Socijalno poželjna orijentacija ličnosti je mala, pozitivna, ali statistički značajna ($p < .001$), a korelacija sa dimenzijom Upravljanja utiskom je jako niska (skoro nepostojeća), negativna i statistički neznačajna. Odnosno, ispitanici koji su izjavili da doživljavaju više kontakta s natprirodnim (religiozna iskustva) imaju i izraženiju socijalno poželjnu orijentaciju ličnosti. Rezultati su pokazali da je korelacija dimenzije Religiozni altruizam sa dimenzijom Samopoboljšanja pozitivna, jako niska (skoro nepostojeća), ali statistički značajna ($p < .005$), sa dimenzijom Socijalno poželjna orijentacija ličnosti srednja, pozitivna i statistički značajna ($p < .001$), dok je sa dimenzijom Upravljanja utiskom ona jako niska (skoro nepostojeća), pozitivna i statistički neznačajna. To bi značilo da ispitanici koji su iskazali veći uticaj religioznosti na njihov svakodnevni život (religiozni altruizam) iskazali i izraženiju socijalnu poželjnu orijentaciju ličnosti. Posljednja dimenzija religioznosti koju smo ukrštali sa socijalnom poželjnošću je dimenzija Religiozne aktivnosti, a korelacije sa dimenzijama Samopoboljšanje i Upravljanje utiskom su skoro nepostojeće i statistički neznačajne, dok je korelacija sa dimenzijom Socijalno poželjne orijentacije ličnosti srednja i statistički značajna ($p < .001$). To bi u kontekstu našeg istraživanje značilo da ispitanici koji više praktikuju religiozne aktivnosti imaju izraženiju socijalno poželjnu orijentaciju ličnosti. Dobijeni rezultati u našem istraživanju uopšteno ukazuju na to da većina dimenzija religioznosti sa karakteristikama intrinzičke religioznosti (Religiozno znanje, Religiozna uvjerenja, Religiozna iskustva i Religiozni altruizam), ali i dimenzija Religiozne aktivnosti (koja po opisnim karakteristikama više odgovara ekstrinzičkoj religioznosti) korelira sa dimenzijom Socijalno poželjna orijentacija ličnosti. Dimenzija Samopoboljšanje ima vrlo nisku povezanost, a dimenzija Upravljanja utiskom je skoro nepovezana sa dimenzijama religioznosti. Naime, možemo zaključiti da religiozni ispitanici na dimenzijama religioznosti sa karakteristikama intrinzičke religioznosti imaju socijalnu poželjnu orijentaciju ličnosti, vrlo malo koriste religioznost u svrhu samopoboljšanja, te ne obmanjuju druge svjesno (skoro nepostojanje korelacije sa dimenzijom Upravljanje utiskom). S obzirom na to da smo dobili da Socijalno poželjna orijentacija ličnosti korelira i sa dimenzijom Religiozne aktivnosti (koja pretpostavljeno

sadrži više karaktersitika ekstrinzičke religioznosti) dobijeni rezultat ukazuje ili u smjeru da ova dimenzija sadrži više karaktersitika intrinzičke religioznosti ili da je sama dimenzija kompleksnija. O objašnjenju i pretpostavkama u vezi sa dobijenim rezultatima detaljnije u diskusiji.

Rezultati višestruke regresije

Korelaciona matrica je pokazala da je jedino dimenzija Socijalno poželjna orijentacija ličnosti u korelaciji sa dimenzijama religioznosti. Kako bismo došli do saznanja koliki udio varijanse dimenzije Socijalno poželjna orijentacija ličnosti je objašnjen dimenzijama religioznosti (Religiozno znanje, Religiozna uvjerenja, Religiozna iskustva, Religiozni altruizam i Religiozne aktivnosti) urađena je višestruka regresija.

Koeficijent determinacije svjedoči o tome da naš ukupan model (dimenzije religioznosti kao prediktorske varijable: Religiozno znanje, Religiozna uvjerenja, Religiozna iskustva, Religiozni altruizam i Religiozne aktivnosti) objašnjava 12,8 procenata varijanse dimenzije Socijalno poželjna orijentacija ličnosti (SPOL kao kriterijumska varijabla). Iako model objašnjava relativno mali procenat varijanse, on je statistički značajan $F(17,305), p < .005$.

Tabela 11. Prediktorska važnost prediktorskih varijabli

<i>Prediktorske varijable</i>	Standardizovana	
<i>Dimenzije religioznosti</i>	Beta	Sig
Religiozno znanje	-0.047	0.224
Religiozna uvjerenja	-0.032	0.586
Religiozna iskustva	-0.134	0.019
Religiozni altruizam	0.319	0.000
Religiozne aktivnosti	0.174	0.003

Nakon što smo utvrdili udio varijanse ukupnog modela, bilo je potrebno odrediti koliko svaka od prediktorskih varijabli (Religiozno znanje, Religiozna uvjerenja, Religiozna iskustva, Religiozni altruizam i Religiozne aktivnosti) doprinosi objašnjenju varijanse kriterijumske varijable (SPOL). Varijabla Religiozni altruizam daje statistički značajan doprinos ($p < .005$), dok standardizovani beta koeficijenti pokazuju da postoje dvije važnije prediktorske varijable Religiozni altruizam ($\beta = 0,32$) i Religiozne aktivnosti ($\beta = 0,17$). Varijabla Religiozni altruizam pokazuje najznačajniju prediktivnu snagu varijable SPOL, što znači da je religiozni altruizam (koji se opisuje kao uticaj religioznosti na čovjekov svakodnevni život) najznačajniji prediktor Socijalno poželjne orijentacije ličnosti. Varijabla Religiozne aktivnosti nam se takođe pojavljuje kao prediktor, ali kao što smo pomenuli ranije, potrebno ju je temeljnije istražiti i otkriti da li sadrži više elemenata intrinzičke religioznosti ili je u pitanju kulturološki kontekst.

Višestrukom regresijom smo došli do zaključka da dimenzije religioznosti (Religiozno znanje, Religiozna uvjerenja, Religiozna iskustva, Religiozni altruizam i Religiozne aktivnosti)

objašnjavaju relativno mali procenat varijanse Socijalno poželjna orijentacija ličnosti, pa je zbog toga važno i napomenuti mogućnost obrnutog smjera uticaja, odnosno da socijalna poželjnost (predstavljanje sebe u pozitivnijem svjetlu) motiviše na religioznost. Istraživanja pojedinih autora su se pozabavila obrnutim smjerom uticaja i došla do rezultata da predstavljanje sebe u pozitivnijem svjetlu (samopoboljšanje kao crta ličnosti) motiviše na religioznost, te da čak i najveće religiozne promjene (prelazak u drugu religiju) ne mijenjaju crte ličnosti (Sedikides & Gebauer, 2010; McCullough et al., 2005; Wink et al., 2007; Paloutzian et al., 1999).

DISKUSIJA

U daljem tekstu ćemo interpretirati dobijene rezultate pozivajući se na postavljene hipoteze, teorijske modele, sopstvene pretpostavke, kao i prethodna istraživanja sa sličnom tematikom. Takođe ćemo pokušati objasniti pozadinu dobijenih rezultata, a potom predstaviti prednosti i ograničenja sprovedenog istraživanja, kao i preporuke za buduća.

Rezultati našeg istraživanja u globalu ukazuju na to da religiozni ispitanici na dimenzijama religioznosti sa karakteristikama intrinzičke religioznosti imaju socijalnu poželjnu orijentaciju ličnosti, ali da pri tom ne obmanjuju druge svjesno (skoro nepostojanje korelacije sa dimenzijom Upravljanje utiskom). Međutim, nešto što autori nisu pretpostavili se desilo sa dimenzijom Religiozne aktivnosti, na šta su pažnju usmjerili dobijeni rezultati (Trimble, 1997; Sedikides & Gebauer, 2010; Leak i Fish, 1989; Tetlock i Manstead, 1985; Burris & Navara, 2002, Batson et al., 1978; Alicke et al., 1995; Alicke & Govorun, 2005). Iako, po karakteristikama podvedena pod ekstrinzičku religioznost (dimenzija Religiozne aktivnosti), ona je u rezultatima pokazala pozitivnu povezanost sa dimenzijom Socijalno poželjne orijentacije ličnosti. Odnosno, ispitanici koji više praktikuju religiozne aktivnosti posjeduju socijalno poželjnu orijentaciju ličnosti.

Dobijeni rezultati su potvrdili našu opštu hipotezu o postojanju veze između dimenzija religioznosti i socijalne poželjnosti, ali sa sasvim novom perspektivom koja se ogleda u povezanosti dimenzije Socijalno poželjne orijentacije ličnosti sa religioznošću (intrinzičkog karaktera). Odnosno, možemo zaključiti da religiozniji ispitanici na dimenzijama sa karakteristikama intrinzičke religioznosti, posjeduju socijalno poželjnu orijentaciju kao crtu ličnosti, relativno stabilnu.

Prvopostavljena hipoteza u našem istraživanju je pretpostavljala da osobe koje pokazuju veći nivo religioznog znanja pokazuju i veću tendenciju ka socijalno poželjnom odgovaranju na dimenzijama socijalne poželjnosti. Rezultati su ukazali na to da dimenzija Religiozno znanje skoro da i ne korelira sa dimenzijama Samopoboljšanja, Socijalno poželjne orijentacije ličnosti i Upravljanje utiskom. Recimo da je naša hipoteza, bar u kontekstu pripisivanja karakteristika intrinzičke religioznosti dimenziji Religioznog znanja djelomično opovrgnuta, jer se pokazalo da ona nema skoro nikakve povezanosti ni sa jednom od dimenzija socijalne poželjnosti, ali je

djelomično i potvrđena jer ukazuje na specifičnost ove dimenzije koja se ne može rigidno definisati karakteristikama ekstrinzičke religioznosti. Postavlja se pitanje da li je dimenzija Religiozno znanje specifična ili kompleksnija od načina na koji smo je mi opisali i definisali, ili čak ne sadrži karakteristike koje pripadaju ekstrinzičkoj religioznosti? Možda dimenzija Religiozno znanje, kao i dimenzija Religiozne aktivnosti, imaju više karakteristika intrinzičke religioznosti ili se u našoj kulturi religiozno znanje i praktikovanje religioznih aktivnosti više pripisuje istinskom vjerovanju (intrinzička religioznost), nego instrumentalnošću (ekstrinzička religioznost), ostaje da se istraži nekom drugom prilikom, kao i alternativnom metodom.

Druga hipoteza kojom smo se bavili u ovom istraživanju je pretpostavljala da osobe koje pokazuju veći nivo religioznih uvjerenja pokazuju i veću tendenciju ka socijalno poželjnom odgovaranju na dimenzijama socijalne poželjnosti. Rezultati su nam donijeli sljedeće, a to je da je dimenzija Religiozna uvjerenja u skoro nepostojećoj korelaciji sa dimenzijama Samopoboljšanje i Upravljanje utiskom, a u maloj korelaciji sa dimenzijom Socijalno poželjne orijentacije ličnosti. Znači, ispitanici sa većim ličnim vjerskim uvjerenjima imaju malo izraženiju socijalno poželjnu orijentaciju ličnosti, a da pri tom ne pokazuju tendenciju ka samozavaravanju ili obmanjivanju drugih. Ovakav rezultat ukazuje na to da je naša hipoteza potvrđena, jer smo ipak dobili pozitivnu povezanost ove dimenzije religioznosti koja je intrinzičkog karaktera sa socijalno poželjnom orijentacijom ličnosti koja je stabilnog karaktera. Otkrili smo da ispitanici religiozniji na dimenziji religioznosti intrinzičkog karaktera (Religiozna uvjerenja) nisu usmjereni na laganje, odnosno manipulisanje utiscima drugih, nego posjeduju socijalnu poželjnost kao orijentaciju ličnosti. Možemo zaključiti da smo i u ovom slučaju dobili specifičniji rezultat koji nas je usmjerio na novu perspektivu posmatranja dimenzije Religiozna uvjerenja, ali isto tako i dimenzija socijalne poželjnosti, te njihove kvalitativne razlike i odvojivosti.

Treća hipoteza našeg istraživanja je pretpostavila da osobe koje pokazuju veći nivo religioznog iskustva pokazuju i veću tendenciju ka socijalno poželjnom odgovaranju na dimenzijama socijalne poželjnosti. Rezultati koje smo dobili su pokazali da je povezanost sa dimenzijama Samopoboljšanje i Upravljanje utiskom skoro nepostojeća, a sa dimenzijom Socijalno poželjna orijentacija ličnosti mala i statistički značajna. To bi značilo da ispitanici koji su izjavili da doživljavaju više kontakta s natprirodnim (Religiozna iskustva) imaju i izraženiju

socijalno poželjnu orijentaciju ličnosti, te nemaju za cilj svjesno obmanjivanje drugih ili samozavaravanje. Odnosno, povezanost ove dimenzije religioznosti sa dimenzijama socijalne poželjnosti se ogleda u dimenziji Socijalno poželjna orijentacija ličnosti. Šta nam to govori u kontekstu našeg istraživanja, govori nam da je i u ovom slučaju naša hipoteza djelomično potvrđena. Zašto djelomično, zato što se od tri dimenzije socijalne poželjnosti povezanost ispoljila u odnosu sa jednom. Međutim, dimenzija Socijalno poželjna orijentacija ličnosti je kompleksna, te povezanost sa dimenzijom Religiozna iskustva kao i sa dimenzijom Religiozna uvjerenja (intrinzičkog karaktera) ukazuje na posjedovanje stabilne orijentacije ličnosti. Definitivno smo dobili novu perspektivu u posmatranju obje dimenzije, te njihovog međusobnog odnosa, a to je upravo bio i cilj našeg istraživanja.

Četvrta hipoteza za koju smo pretpostavili da bi nam takođe mogla dati drugačiji uvid u povezanost dimenzija religioznosti i socijalne poželjnosti glasi da osobe koje pokazuju veći nivo religioznog altruizma pokazuju i veću tendenciju ka socijalno poželjnom odgovaranju na dimenzijama socijalne poželjnosti. Dobijeni rezultati su nam otkrili da je dimenzija Religiozni altruizam u skoro nepostojećoj korelaciji sa dimenzijama Samopoboljšanje i Upravljanje utiskom, a u srednjoj sa dimenzijom Socijalno poželjna orijentacija ličnosti. Ispitanici koji su pokazali veći uticaj religioznosti na njihov svakodnevni život (Religiozni altruizam) su pokazali i izraženiju socijalnu poželjnu orijentaciju ličnosti, ali ne i tendenciju ka samozavaravanju ili obmanjivanju drugih. Znači rezultati su pokazali slične ishode kao i na dimenzijama Religiozna uvjerenja i Religiozna iskustva. Važno je napomenuti da je i regresiona analiza otkrila da je dimenzija Religiozni altruizam najbolji prediktor Socijalno poželjne orijentacije ličnosti, što nam daje novu dimenziju posmatranja ovog odnosa. Kao i prethodne, dimenzija Religiozni altruizam sadrži karakteristike intrinzičke religioznosti, pa je povezanost sa dimenzijom Socijalno poželjna orijentacija ličnosti u ovom kontekstu smisljena, jer upućuje na stabilnu socijalno poželjnu orijentaciju ličnosti kod ispitanika koji imaju elemente istinske religioznosti. Rezultati govore u prilog potvrđivanja i ove hipoteze, ali s naglaskom na noviji pogled na ovu dimenziju religioznosti i njenu vezu sa socijalnom poželjnošću.

Peta, ujedno i posljednja hipoteza kojom smo se bavili ovim istraživanjem se odnosi na pretpostavku da osobe koje pokazuju veći nivo religioznih aktivnosti ne pokazuju tendenciju ka socijalno poželjnom odgovaranju na dimenzijama socijalne poželjnosti. Dobijene korelacije

upućuju na skoro nepostojeću vezu sa dimenzijama Samopoboljšanje i Upravljanje utiskom, dok je korelacija sa dimenzijom Socijalno poželjne orijentacije ličnosti srednja. Odnosno, to bi u kontekstu ovog istraživanja značilo da ispitanici koji više praktikuju religiozne aktivnosti imaju izraženiju socijalno poželjnu orijentaciju ličnosti, ali ne i tendenciju ka samozavaravanju i manipulaciji utiscima drugih. Naime, ovakav rezultat djelomično opovrgava našu posljednju hipotezu, jer je pretpostavljeni odnos išao u smjeru nepostojanja veze sa dimenzijama socijalne poželjnosti. Međutim, dokazano je suprotno utvrđivanjem postojanja veze sa dimenzijom Socijalno poželjne orijentacije ličnosti, kao i regresionom analizom koja je uputila da i dimenzija Religiozne aktivnosti ima određenu prediktivnu važnost dimenzije Socijalno poželjne orijentacije ličnosti. Hipoteza je djelomično opovrgnuta i opisivanjem dimenzije Religiozne aktivnosti kroz obilježja ekstrinzičke religioznosti. Iako su istraživanja kojima smo referisali naš izbor pokazala da se religiozna aktivnost može podvesti pod instrumentalnost, u našem slučaju se to nije ispostavilo tačno (Trimble, 1997; Sedikides & Gebauer, 2010; Leak i Fish, 1989; Tetlock i Manstead, 1985; Burriss & Navara, 2002, Batson et al., 1978; Alicke et al., 1995; Alicke & Govorun, 2005). Možda se u kontekstu naše kulture, istinska religioznost ogleda u praktikovanju religioznih aktivnosti, bar iz ugla mladih ljudi, ali to ipak ostaje na nivou pretpostavke, a ujedno i preporuke za buduća istraživanja. Međutim, ovo ne znači da smo mi uopšteno opovrgnuli povezanost dimenzije Religiozne aktivnosti sa ekstrinzičkom religioznošću, nego da smo samo pronašli drugačiju perspektivu u našem uzorku istraživanja.

Iz rezultata možemo izvesti opšti zaključak koji se odnosi na to da religiozni ispitanici na dimenzijama religioznosti sa karakteristikama intrinzičke religioznosti imaju socijalnu poželjnu orijentaciju ličnosti, ne obmanjuju sebe nesvjesno (samozavaravanje) niti druge svjesno (upravljanje utiskom).

Prednosti, ograničenja i preporuke za buduća istraživanja

Kroz diskusiju uviđamo da su rezultati našeg istraživanja dali sasvim novu perspektivu na prirodu dimenzija religioznosti i socijalne poželjnosti, te njihovog međusobnog odnosa. Osnovni doprinos ovog istraživanja se ujedno i ogleda u toj novoj perspektivi, odnosno potrebi da se religioznost i socijalna poželjnost posmatraju multidimenzionalno, te da se pored ispitivanja njihovih međusobnih relacija treba pozabaviti karakteristikama i teorijskom pozadinom svake od

njih. Prednost našeg istraživanja se ogleda i u stavljanju fokusa na kompleksnost odnosa religioznosti i socijalne poželjnosti. Kao važno se pokazalo i biti u korak s trendovima istraživanja željenih konstrukata, jer su vremenski i kontekstualno podložni promjenama i proširenjima, te upućujemo buduće istraživače da i ovaj aspekt imaju na umu. Takođe, korištenjem novokonstruisanih instrumenata smo unijeli i dobili novinu kroz samo potvrđivanje postavljenih hipoteza u vidu otkrivanja nove perspektive.

Ograničenost našeg istraživanja se odnosi na specifičnost uzorka kojeg je sačinjavala studentska populacija. Bilo bi dobro uzeti u obzir i starije ispitanike, koji već imaju učvršćene stavove i vjerovanja po pitanju religioznosti, te kvalitativnim metodama ispitati zašto, kako i na koji način su religiozni. Dobijeni rezultati nam takođe ukazuju na specifičnost pojedinih dimenzija religioznosti (Religiozno znanje i Religiozne aktivnosti) čiju operacionalizaciju je potrebno proširiti dodatnim novijim teorijskim saznanjima, kulturološkim kontekstom i uvođenjem novih stavki u instrumente. Pored toga, potrebno je detaljnije se pozabaviti uzročno-posljedičnim smjerom odnosa dimenzija religioznosti i socijalne poželjnosti.

Preporuka budućim istraživačima bi bila da naše rezultate iskoriste kao polazne tačke, odnosno da se više pozabave dimenzijama religioznosti u odnosu sa dimenzijom Socijalno poželjna orijentacija ličnosti, jer je i ona sama po sebi kompleksna, te uzročno-posljedičnim smjerom tog odnosa. Na taj način će nam pružiti uvid u neke druge pozadinske procese koji se nalaze u samom odnosu, koje mi ovom prilikom nismo obuhvatili.

ZAKLJUČAK

Sprovedeno istraživanje na temu Relacije multidimenzionalnih konstrukata socijalne poželjnosti i religioznosti je pokazalo da većina religioznih ispitanika, sa intrinzičkim karaktersitikama, u našem uzorku posjeduje socijalno poželjnu orijentaciju ličnosti. Potvrđivanjem većine postavljenih hipoteza dobili smo sasvim novu perspektivu na smjer i dimenziju odnosa ovih konstrukata. Nova perspektiva se ogleda u vezi dimenzije Socijalno poželjne orijentacije ličnosti sa religioznošću. Možemo zaključiti da religiozni ispitanici na dimenzijama religioznosti sa karakteristikama intrinzičke religioznosti imaju socijalnu poželjnu orijentaciju ličnosti, ali da pri ne obmanjuju sebe nesvjesno (samopoboljšanje) niti druge svjesno (iskrivljivanje odgovora u smjeru manipulacije utiskom).

LITERATURA

- Allport, G. W., & Ross, J. M. (1967). *Personal religious orientation and prejudice*. Journal of personality and social psychology, 5(4), 432.
- Alicke, M. D., Klotz, M. L., Breitenbecher, D. L., Yurak, T. J., & Vredenburg, D. S. (1995). *Personal contact, individuation, and the better-than-average effect*. Journal of personality and social psychology, 68(5), 804.
- Batson, C. D., Naifeh, S. J., & Pate, S. (1978). *Social desirability, religious orientation, and racial prejudice*. Journal for the scientific Study of Religion, 31-41.
- Bradburn, N. M., & Miles, C. (1979). *Vague quantifiers*. Public Opinion Quarterly, 43(1), 92-101.
- Baumeister, R. F. (1982). *A self-presentational view of social phenomena*. Psychological bulletin, 91(1), 3.
- Chatman, J. A., Bell, N. E., & Staw, B. M. (1986). *The managed thought. The thinking organization*, 191, 214.
- Cheek, J. M., & Hogan, R. (1983). *Self-concepts, self-presentations, and moral judgments. Psychological perspectives on the self*, 2, 249-273.
- Crowne, D. P. (1979). *The experimental study of personality*. Halsted Press.
- Davies, M. F. (2001). *Socially desirable responding and impression management in the endorsement of love styles*. The Journal of psychology, 135(5), 562-570.
- Desmond, S. A., & Kraus, R. (2012). *Liar, liar: Adolescent religiosity and lying to parents*. Interdisciplinary Journal of Research on Religion, 8.
- de Vries, R. E., Zettler, I., & Hilbig, B. E. (2014). *Rethinking trait conceptions of social desirability scales: Impression management as an expression of honesty-humility*. Assessment, 21(3), 286-299.
- Dodaj, A. (2012). *Social desirability and self-reports: Testing a content and response-style model of socially desirable responding*. Europe's Journal of Psychology, 8(4), 651.
- Dušanić, S. (2007). *Psihološka istraživanja religioznosti*. Filozofski fakultet.
- Dušanić, S., Šašić, N., Eraković, A. (2015). *Religijski identitet mladih u Republici Srpskoj*. Knjiga sažetaka sa naučnog skupa Savremeni trendovi u psihologiji. Novi Sad: Filozofski fakultet.

- Dušanić, S. (2016). *U potrazi za zreloom religioznošću: provjera različitih modela religioznih orijentacija u kontekstu veza sa zadovoljstvom životom i etnocentrizmom*. Rezimej sa XXII Empirijska istraživanja u psihologiji. Beograd: Filozofski fakultet, Institut za psihologiju, Laboratorija za eksperimentalnu psihologiju.
- Eriksson, K., & Funcke, A. (2014). *Humble self-enhancement: Religiosity and the better-than-average effect*. *Social Psychological and Personality Science*, 5(1), 76-83.
- Furnham, A. (1986). *Response bias, social desirability and dissimulation*. *Personality and individual differences*, 7(3), 385-400.
- Gallup, G., & Castelli, J. (1989). *The people's religion: American faith in the 90's*. Macmillan Publishing Company.
- Gaes, G. G., Kalle, R. J., & Tedeschi, J. T. (1978). *Impression management in the forced compliance situation: Two studies using the bogus pipeline*. *Journal of Experimental Social Psychology*, 14(5), 493-510.
- Gervais, W. M., & Norenzayan, A. (2012). Like a camera in the sky? Thinking about God increases public self-awareness and socially desirable responding. *Journal of experimental social psychology*, 48(1), 298-302.
- Gordon, K. C., Frousakis, N. N., Dixon, L. J., Willett, J. M., Christman, J. A., Furr, R. E., & Hellmuth, J. C. (2008). *Intrinsic/Extrinsic Religious Orientation, Forgiveness, and the Role of Social Pressure*. *Journal of Psychology & Christianity*, 27(4).
- Goldberg, L. R., Johnson, J. A., Eber, H. W., Hogan, R., Ashton, M. C., Cloninger, C. R., & Gough, H. G. (2006). *The international personality item pool and the future of public-domain personality measures*. *Journal of Research in personality*, 40(1), 84-96.
- Graziano, W. G., & Tobin, R. M. (2002). *Agreeableness: Dimension of personality or social desirability artifact?* *Journal of personality*, 70(5), 695-728.
- Guinote, A., & Cai, A. (2016). *Power and the Social Self*. In *The Social Developmental Construction of Violence and Intergroup Conflict* (pp. 3-33). Springer International Publishing.
- Hauke, J., & Kossowski, T. (2011). *Comparison of values of Pearson's and Spearman's correlation coefficients on the same sets of data*. *Quaestiones geographicae*, 30(2), 87.
- He, J., van de Vijver, F. J., Dominguez Espinosa, A., Abubakar, A., Dimitrova, R., Adams, B. G., ... & Fischer, R. (2015). *Socially desirable responding: Enhancement and denial in 20 countries*. *Cross-Cultural Research*, 49(3), 227-249.

- Hogan, J., Barrett, P., & Hogan, R. (2007). *Personality measurement, faking, and employment selection*. *Journal of Applied Psychology*, 92(5), 1270.
- James, A., & Wells, A. (2003). *Religion and mental health: Towards a cognitive-behavioural framework*. *British Journal of Health Psychology*, 8(3), 359-376.
- Konstabel, K., Aavik, T., & Allik, J. (2006). *Social desirability and consensual validity of personality traits*. *European Journal of Personality*, 20(7), 549-566.
- Kramer, S. R., & Shariff, A. F. (2016). *13 Religion, deception, and self-deception. Cheating, Corruption, and Concealment: The Roots of Dishonesty*, 233.
- Kurtz, J. E., Tarquini, S. J., & Iobst, E. A. (2008). *Socially desirable responding in personality assessment: Still more substance than style*. *Personality and Individual Differences*, 45(1), 22-27.
- Lakić, S. (2017). Trodimenzionalni inventar socijalno poželjnog odgovaranja - 3IDR. Neobjavljeni rukopis.
- Leak, G. K., & Fish, S. (1989). *Religious orientation, impression management, and self-deception: Toward a clarification of the link between religiosity and social desirability*. *Journal for the Scientific Study of Religion*, 355-359.
- Levin, J. S., Taylor, R. J., & Chatters, L. M. (1994). *Race and gender differences in religiosity among older adults: Findings from four national surveys*. *Journal of Gerontology*, 49(3), S137-S145.
- Lichtenthal, W. G., Burke, L. A., & Neimeyer, R. A. (2011). *Religious coping and meaning-making following the loss of a loved one*. *Counseling and Spirituality*, 30(2), 113-136.
- Li, A., & Bagger, J. (2006). *Using the BIDR to distinguish the effects of impression management and self-deception on the criterion validity of personality measures: A meta-analysis*. *International Journal of Selection and Assessment*, 14(2), 131-141.
- Loewenthal, K. (2006). *Religion, culture and mental health*. Cambridge University Press.
- Lönnqvist, J. E., Paunonen, S., Tuulio-Henriksson, A., Lönnqvist, J., & Verkasalo, M. (2007). *Substance and style in socially desirable responding*. *Journal of Personality*, 75(2), 291-322.
- Luhtanen, R. K., & Crocker, J. (2005). *Alcohol use in college students: effects of level of self-esteem, narcissism, and contingencies of self-worth*. *Psychology of Addictive Behaviors*, 19(1), 99.

- Maltby, J., & Day, L. (2001). *The relationship between spirituality and Eysenck's personality dimensions: A replication among English adults*. *The Journal of genetic psychology*, 162(1), 119-122.
- McCullough, M. E., Enders, C. K., Brion, S. L., & Jain, A. R. (2005). *The varieties of religious development in adulthood: a longitudinal investigation of religion and rational choice*. *Journal of personality and social psychology*, 89(1), 78.
- McKelvie, S. J. (2004). *Is the Neuroticism Scale of the Eysenck Personality Inventory contaminated by response bias? Personality and Individual Differences*, 36(4), 743-755.
- Milevsky, A., & Levitt, M. J. (2004). *Intrinsic and extrinsic religiosity in preadolescence and adolescence: Effect on psychological adjustment*. *Mental Health, Religion & Culture*, 7(4), 307-321.
- Neuberg, S. L., Warner, C. M., Mistler, S. A., Berlin, A., Hill, E. D., Johnson, J. D., ... & Broome, B. J. (2014). *Religion and intergroup conflict: Findings from the global group relations project*. *Psychological Science*, 25(1), 198-206.
- Parkins, I. S., Fishbein, H. D., & Ritchey, P. N. (2006). *The influence of personality on workplace bullying and discrimination*. *Journal of Applied Social Psychology*, 36(10), 2554-2577.
- Paulhus, D. L. (1984). *Two-component models of socially desirable responding*. *Journal of personality and social psychology*, 46(3), 598.
- Paulhus, D. L. (2002). *Socially desirable responding: The evolution of a construct. The role of constructs in psychological and educational measurement*, 49459.
- Pauls, C. A., & Crost, N. W. (2004). *Effects of faking on self-deception and impression management scales*. *Personality and Individual Differences*, 37(6), 1137-1151.
- Pauls, C. A., & Stemmler, G. (2003). *Substance and bias in social desirability responding*. *Personality and Individual Differences*, 35(2), 263-275.
- Paloutzian, R. F., Richardson, J. T., & Rambo, L. R. (1999). *Religious conversion and personality change*. *Journal of personality*, 67(6), 1047-1079
- Richman, W. L., Kiesler, S., Weisband, S., & Drasgow, F. (1999). *A meta-analytic study of social desirability distortion in computer-administered questionnaires, traditional questionnaires, and interviews*. *Journal of Applied Psychology*, 84(5), 754.
- Ryan, R. M., & Deci, E. L. (2000). *Self-determination theory and the facilitation of intrinsic motivation, social development, and well-being*. *American psychologist*, 55(1), 68.

- Sackeim, H. A., & Gur, R. C. (1978). *Self-deception, self-confrontation, and consciousness*. In *Consciousness and self-regulation* (pp. 139-197). Springer US.
- Schlenker, B. R., & Leary, M. R. (1982). *Audiences' reactions to self-enhancing, self-denigrating, and accurate self-presentations*. *Journal of experimental social psychology*, 18(1), 89-104.
- Schumaker, J. F. (1992). *Religion and mental health*. Oxford University Press.
- Sedikides, C., & Gebauer, J. E. (2010). *Religiosity as self-enhancement: A meta-analysis of the relation between socially desirable responding and religiosity*. *Personality and Social Psychology Review*.
- Shariff, A. F. (2015). Does religion increase moral behavior?. *Current Opinion in Psychology*, 6, 108-113.
- Stark, R., & Glock, C. Y. (1968). *American piety: The nature of religious commitment* (Vol. 1). Univ of California Press.
- Stavrova, O., & Siegers, P. (2014). *Religious prosociality and morality across cultures: How social enforcement of religion shapes the effects of personal religiosity on prosocial and moral attitudes and behaviors*. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 40(3), 315-333.
- Staw, B. M. (1980). *The consequences of turnover*. *Journal of occupational Behaviour*, 253-273.
- Storch, E. A., & Storch, J. B. (2001). *Organizational, nonorganizational, and intrinsic religiosity and academic dishonesty*. *Psychological Reports*, 88(2), 548-552.
- Tabachnik, B. G., & Fidell, S. L. (2007). *Discriminant analysis. Using multivariate statistics*. Boston: Pearson Education Inc, 201(3), 377-438.
- Tetlock, P. E., & Manstead, A. S. (1985). *Impression management versus intrapsychic explanations in social psychology: A useful dichotomy?* *Psychological Review*, 92(1), 59.
- Twenge, J. M., & Im, C. (2007). *Changes in the need for social approval, 1958–2001*. *Journal of Research in Personality*, 41(1), 171-189.
- Uziel, L., & Baumeister, R. F. (2009). *Personality and behaviour: A neglected opportunity*. *European Journal of Personality*, 23, 433-435.
- Watson, P. J., Morris, R. J., Foster, J. E., & Hood Jr, R. W. (1986). *Religiosity and social desirability*. *Journal for the Scientific Study of Religion*, 215-232.

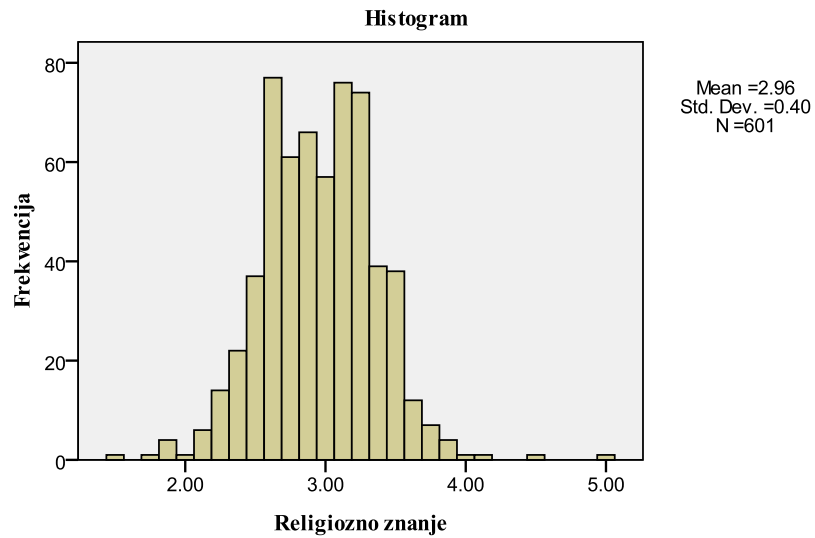
Weinberger, D. A., Schwartz, G. E., & Davidson, R. J. (1979). *Low-anxious, high-anxious, and repressive coping styles: psychometric patterns and behavioral and physiological responses to stress*. *Journal of abnormal psychology*, 88(4), 369.

Wink, P., Ciciolla, L., Dillon, M., & Tracy, A. (2007). *Religiousness, spiritual seeking, and personality: Findings from a longitudinal study*. *Journal of personality*, 75(5), 1051-1070.

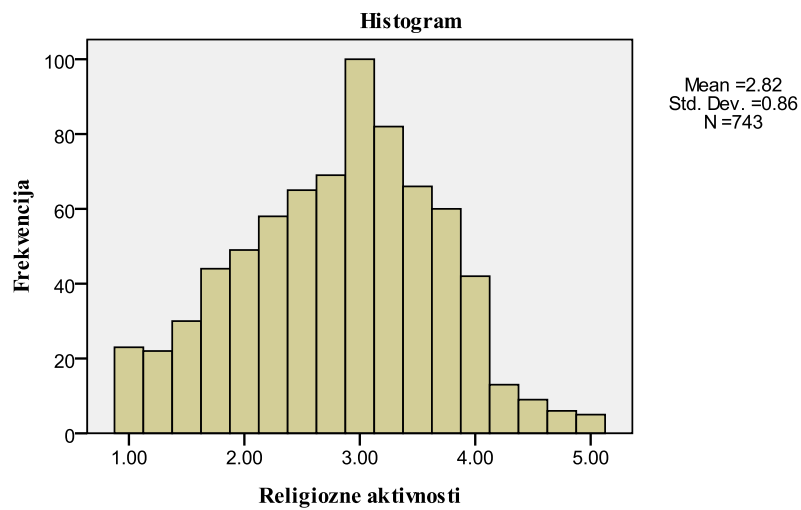
Zerbe, W. J., & Paulhus, D. L. (1987). *Socially desirable responding in organizational behavior: A reconception*. *Academy of Management Review*, 12(2), 250-264.

PRILOZI

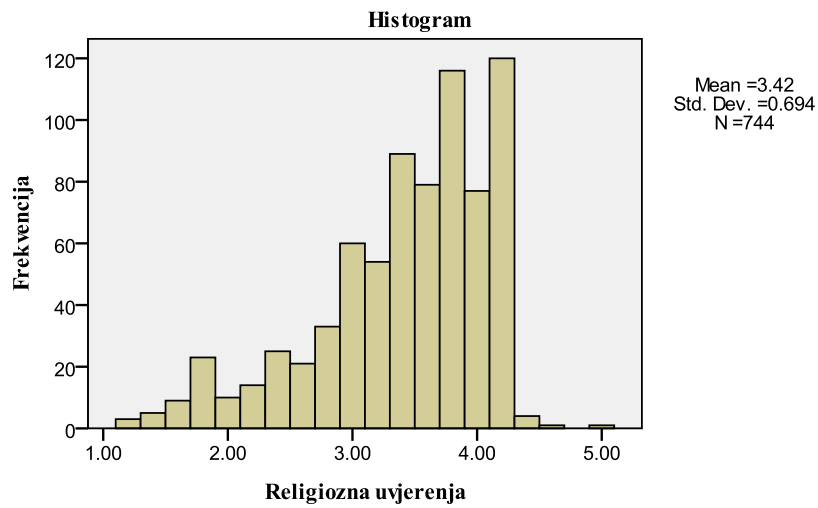
PRILOG 1



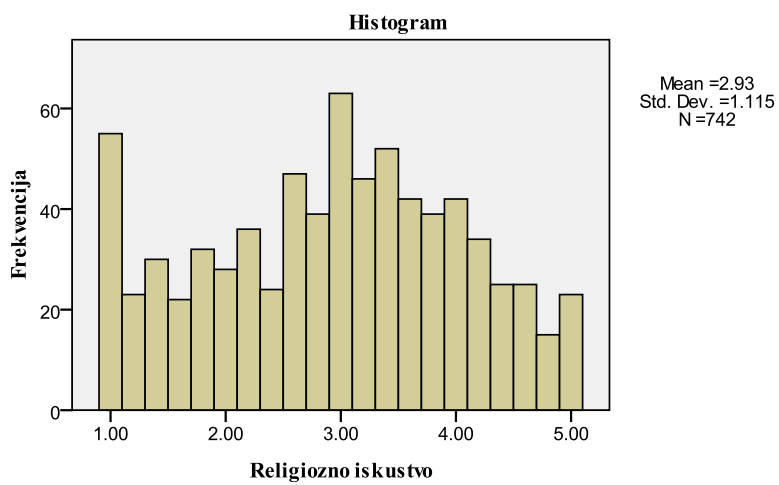
Grafikon 1. Histogram dimenzije Religiozno znanje



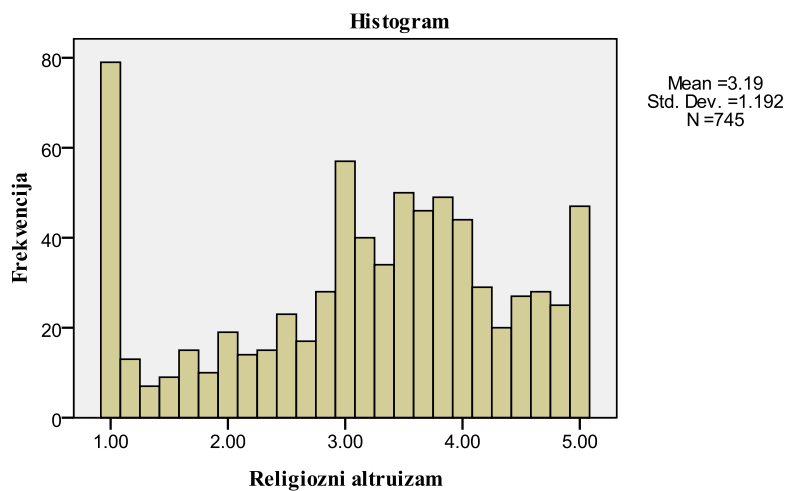
Grafikon 2. Histogram dimenzije Religiozne aktivnosti



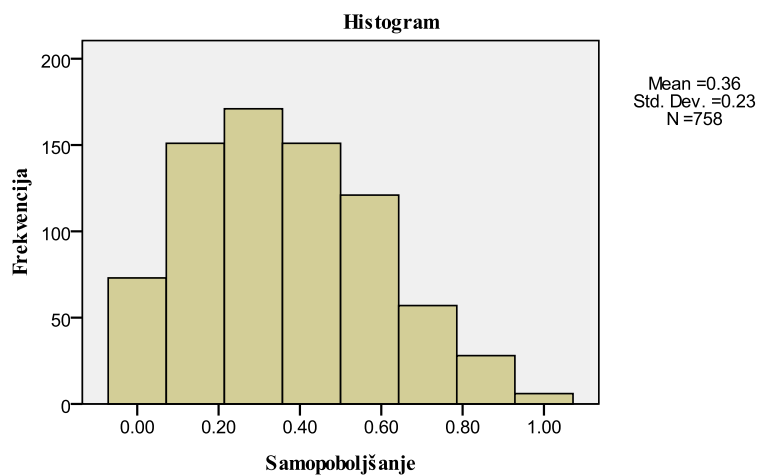
Grafikon 3. Histogram dimenzije Religiozna uvjerenja



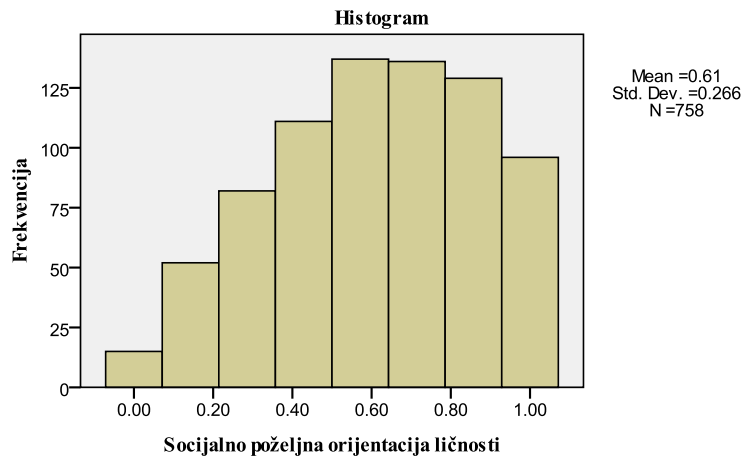
Grafikon 4. Histogram dimenzije Religiozno iskustvo



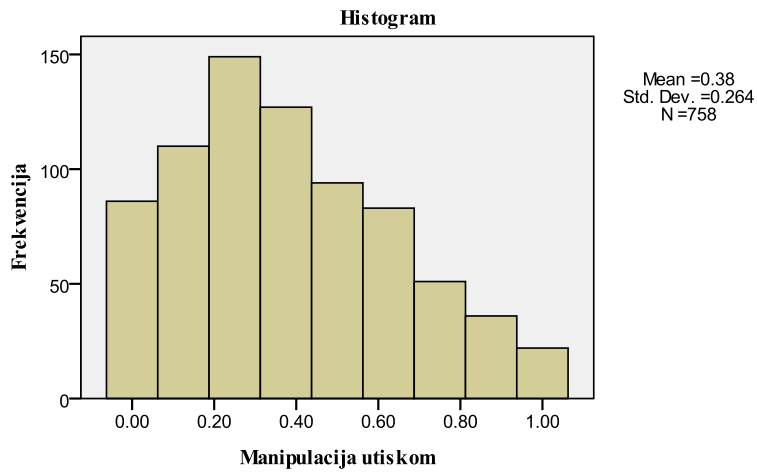
Grafikon 5. Histogram dimenzije Religiozni altruizam



Grafikon 6. Histogram dimenzije Samopoboljšanje



Grafikon 7. Histogram dimenzije Socijalno poželjna orijentacija ličnosti



Grafikon 8. Histogram dimenzije Manipulacija utiskom

Tabela 6. Uticaj ekstremnih skorova na prosječnu vrijednost dimenzija religioznosti

<i>Dimenzije religioznosti</i>		<i>Statistik</i>
<i>Religiozno znanje</i>	M	2.9582
	5% zanemarenih gornjih i donjih slučajeva	2.9582
<i>Religiozne aktivnosti</i>	M	2.8170
	5% zanemarenih gornjih i donjih slučajeva	2.8211
<i>Religiozna uvjerenja</i>	M	3.4194
	5% zanemarenih gornjih i donjih slučajeva	3.4713
<i>Religiozno iskustvo</i>	M	2.9337
	5% zanemarenih gornjih i donjih slučajeva	2.9305
<i>Religiozni altruizam</i>	M	3.1944
	5% zanemarenih gornjih i donjih slučajeva	3.2160

Tabela 7. Uticaj ekstremnih skorova na prosječnu vrijednost (SP) socijalne poželjnosti

<i>Dimenzije SP</i>		<i>Statistik</i>
<i>Samopoboljšanje</i>	M	0.3628
	5% zanemarenih gornjih i donjih slučajeva	0.3550
<i>SPOL</i>	M	0.6074
	5% zanemarenih gornjih i donjih slučajeva	0.6146
<i>Manipulacija utiskom</i>	M	0.3816
	5% zanemarenih gornjih i donjih slučajeva	0.3714

PRILOG 3

Pred Vama se nalazi upitnik kojim se istražuje odnos prema drugim ljudima, religiji itd. Pažljivo pročitajte svako pitanje i odgovorite zaokruživanjem ili upisivanjem odgovora. Molimo Vas da odgovarate iskreno i da ne preskačete pitanja. Upitnik je anoniman i podaci će biti korišteni isključivo u naučne svrhe. Istraživanje se sprovodi na preporuku Filozofskog fakulteta.

1. Pol	a) ženski	b) muški	
2. Koliko imate godina? _____	Prebivalište: _____	Škola/fakultet:	
3. Tip mjesta življenja:	a) selo	b) prigradsko naselje	c) grad
4. Zaokružite šta se odnosi na Vas:	a) učenik b) student c) nezaposlen/a d) zaposlen/ a e) nešto drugo _____		
5. Nacionalna pripadnost:	a) srpska) hrvatska c) bošnjačka d) ostali _____		
6. <i>Kojoj vjeroispovijesti pripadate?</i>			
<i>a) Pravoslavlje b) Katoličanstvo c) Islam d) nešto drugo e) nisam religiozan/a</i>			
7. Zaokružite u kojoj mjeri ste religiozni / vjerujete u Boga?	a) definitivno nisam religiozan/a b) nisam religiozan/a c) nisam siguran/a d) religiozan/ a sam e) veoma sam religiozan/a		
8. Gdje biste sebe svrstali, vezano za vjeru u Boga (zaokružite jedan odgovor koji vam najviše odgovara)?	a) Nikada nisam vjerovao u Boga ili u bilo kakvu višu silu ili energiju. b) Postojanje Boga se ne može dokazati i zato ne želim da tvrdim da Bog postoji ili da ne postoji . c) Nekada vjerujem u Boga, a nekada mi se dešava da ne vjerujem i da sumnjam u njegovo postojanje. d) Prihvatam svoju religijsku pripadnost (pravoslavlje, katoličanstvo, islam itd.) ali ne vjerujem u Boga . e) Ne vjerujem u Boga već vjerujem u neku višu nadnaravnu silu ili energiju koja prožima svemir. f) Vjerujem da postoji Bog i da je istina o njemu potpuno predstavljena u zvaničnoj religiji kojoj pripadam g) Vjerujem da postoji Bog, ali on nije potpuno onakav kakvim ga zvanična religija kojoj pripadam		

predstavlja

9. Koja od navedenih tvrdnji najbolje opisuje Vaša religiozna uvjerenja (zaokružiti samo jedan odgovor)?

- a) Znam da Bog postoji i (samim tim) vjerujem da postoji.
- b) Ne znam da li Bog postoji, ali ipak vjerujem da postoji.
- c) Ne znam da li Bog postoji, ali ipak ne vjerujem da postoji.
- d) Znam da Bog ne postoji i (samim tim) ne vjerujem da postoji.

ALT-HAS

Ovaj instrument je namjenjen za mjerenja vlastitih osjećanja, uvjerenja i ponašanja u interakciji s drugima. Molim Vas da odgovorite na pitanja što iskrenije, tako što ćete za svaku tvrdnju zaokružiti odgovarajući odgovor.

Uopšte se ne slažem 1	Uglavnom se ne slažem 2	Nisam siguran/a 3	Uglavnom se slažem 4	Potpuno se slažem 5
--------------------------	----------------------------	----------------------	-------------------------	------------------------

1	Pomaganje drugima je obično gubljenje vremena.	1	2	3	4	5
2	Kad sam u prilici, zadovoljstvo mi je pomoći drugima koji su u nevolji.	1	2	3	4	5
3	Ako postoji mogućnost, vratio/la bih novac pravom vlasniku.	1	2	3	4	5
4	Pomaganje porodici i prijateljima mi pričinjava posebnu radost u životu.	1	2	3	4	5
5	Izbjegao bih pomaganje u hitnim slučajevima, ako je to moguće.	1	2	3	4	5
6	Osjećam se odlično kad pomognem nekom u nevolji.	1	2	3	4	5
7	Volontiranje kojim pomažemo drugima je veoma korisno.	1	2	3	4	5
8	Ne volim usmjeravati strance koji su se izgubili.	1	2	3	4	5
9	Volontiranje me čini srećnim.	1	2	3	4	5
10	Doniram novac u dobrotvorne svrhe.	1	2	3	4	5
11	Pomaganje starijim osobama nije moja odgovornost, osim ako oni nisu dio moje porodice.	1	2	3	4	5
12	Djecu treba učiti o važnosti pomaganja drugima.	1	2	3	4	5
13	Planiram donirati svoje organe poslije smrti s nadom da će pomoći nekom da duže živi.	1	2	3	4	5

14	Trudim se ponuditi svoju pomoć u bilo kakvim zajedničkim aktivnostima.	1	2	3	4	5
15	Kad pomognem drugima, osjećam unutrašnji mir.	1	2	3	4	5
16	Ako na kasi u prodavnici osobi prije mene zafali koji fening, platio/la bih razliku.	1	2	3	4	5
17	Ponosan/a sam na sebe kad znam da je moja velikodušnosti bila od koristi osobi u nevolji.	1	2	3	4	5
18	Pomaganje ljudima donosi više štete nego koristi jer se tako oslanjaju na druge, a ne na sebe.	1	2	3	4	5
19	Rijetko dajem dobrovoljne priloge.	1	2	3	4	5
20	Pomaganje siromašnima je dobro djelo.	1	2	3	4	3

REL111

Zaokružite za svako pitanje jedan odgovor koji smatrate *tačnim*
(ukoliko niste hrišćanske vjeroispovijesti preskočite narednu tabelu)

1. Koji od Hristovih bliskih sljedbenika ga se tri puta odrekao?	Jovan	Pavle	Juda	Petar	Matej
2. Ko među navedenim NIJE bio član 12 Hristovih apostola?	Danijel	Jakov	Toma	Luka	Marko
3. Koje poglavlje NE pripada Novom Zavjetu?	Poslanica a Jevrejim	Otkrovenje	Djela apostolska	Jevanđelje po Mateju	Knjiga o Jovu
4. Knjiga proroka Isaije je dio knjige?	Novi Zavjet	Stari Zavjet	Talmud	Kur'an	Bhagavad Gita
5. Čije su misli predstavljene u Knjizi propovjednika koja je dio Starog Zavjeta?	car David	car Solomun	Mojsije	prorok Danijel	pravedni Jov
6. Koliko ukupno ima jevanđelja?	3	4	5	2	6
7. Kako se zvao Isusov zemaljski otac?	Petar	Pavle	Nikodim	Marko	Josif
8. Koji je narod u Starom Zavjetu prozvan "izabranim narodom"?	Rimljani	Grci	Egipćani	Jevreji	Hrišćani

Na ponudene tvrdnje odgovorite zaokruživanjem broja koji označava stepen slaganja sa tvrdnjama:

Uopšte se ne slažem 1	Uglavnom se ne slažem 2	Nisam siguran/a 3	Uglavnom se slažem 4	Potpuno se slažem 5
--	--	------------------------------------	---------------------------------------	--------------------------------------

1	Vjerujem da Bog postoji.	1	2	3	4	5
2	Vjerujem da postoje Božija čuda.	1	2	3	4	5
3	U vjerskim spisima (npr. Biblija, Kur'an) je predočena riječ Božija.	1	2	3	4	5
4	Ideja o postojanju Boga je besmislena. *	1	2	3	4	5
5	Vjerujem da ima života poslije smrti.	1	2	3	4	5
6	Imao/la sam doživljaj jedinstva između mene i Boga.	1	2	3	4	5
7	Imao/la sam doživljaj Božjeg prisustva i njegove energije.	1	2	3	4	5
8	Imao/la sam doživljaj neopisivog unutrašnjeg blaženstva i spokoja.	1	2	3	4	5
9	Imao/la sam osjećaj da ponekad kao da Bog ili sveti duh nadahnjuju ono što pričam.	1	2	3	4	5
10	Ponekad kao da osjećam šta Bog želi od mene da učinim.	1	2	3	4	5
11	Moj odnos prema vjeri i Bogu, utiče da uvijek opraštam ljudima kada mi urade nešto loše.	1	2	3	4	5
12	Moj odnos prema vjeri i Bogu, utiče da činim dobro i onima koji me mrze.	1	2	3	4	5
13	Moj odnos prema vjeri i Bogu, utiče da u svakodnevnom životu volim druge kao i samog sebe.	1	2	3	4	5
14	Moja briga prema ljudima je bazirana na ljubavi prema Bogu.	1	2	3	4	5
15	Odras moje vjere u Boga je da pomažem i ljudima koji mi nisu ništa.	1	2	3	4	5
16	Molim se i za one koji me vrijeđaju i ugrožavaju.	1	2	3	4	5
17	Treba biti vjernik jer tako odajemo poštovanje našim precima.	1	2	3	4	5
18	Vjernik sam jer tako potvrđujem i štitim i svoj nacionalni identitet.	1	2	3	4	5
19	Izuzetno poštujem vjerske službenike (sveštenike) i vjerujem im.	1	2	3	4	5
20	Poštujem i upražnjavam vjerske običaje.	1	2	3	4	5

21	Postim u skladu s vjerskim propisima.	1	2	3	4	5
22	Vjerske institucije (crkve, džamije) su neophodne da bi čovjek pronašao Boga.	1	2	3	4	5
23	Važno mi je provesti neko vrijeme u samostalnoj molitvi ili meditaciji.	1	2	3	4	5
24	Redovno posjećujem bogomolju, osim ako nisam spriječen nekim neodložnim obavezama.	1	2	3	4	5
25	Trudim se da svoju vjeru prenesem u sva druge postupke u životu.	1	2	3	4	5
26	Molitve izrečene nasamo vrijede isto kao i molitve izrečene tokom vjerske službe.	1	2	3	4	5
27	Prilično često sam bio svjestan prisustva Boga ili božanskog bića.	1	2	3	4	5
28	Čitam literaturu o svojoj religiji.	1	2	3	4	5
29	Ako bih bio dio grupe vjernika, radije bih s njima izučavao/la Bibliju nego se samo družio.	1	2	3	4	5
30	Moj cjelokupni pristup životu je zanovan na religijskim uvjerenjima.	1	2	3	4	5
31	Religija je posebno važna jer odgovara na mnoga pitanja o značenju života.	1	2	3	4	5

Na ponuđene tvrdnje odgovorite zaokruživanjem broja koji označava stepen slaganja sa tvrdnjama koje se odnose na praktikovanje religioznih aktivnosti:

Nikada 1	Rijetko 2	Ponekad 3	Često 4	Veoma često 5
-------------	--------------	--------------	------------	------------------

1.	Koliko često se moliš Bogu?	1	2	3	4	5
2.	Koliko često čitaš vjersku literaturu(npr. Biblija, Kur'an i sl.)?	1	2	3	4	5
3.	Koliko često ideš u bogomolju da bi prisustvovao/la vjerskim obredima?	1	2	3	4	5
4.	Koliko često pričaš o vjeri sa članovima porodice, prijateljima, komšijama ili kolegama?	1	2	3	4	5

**Došli smo do kraja upitnika. Molimo da provjerite da li ste odgovorili na sva pitanja.
HVALA NA SARADNJI!**

PRILOG 4

UPITNIK 3IDR

Nakon svake sljedeće tvrdnje označite da li Vas ona tačno opisuje.

1	Svaki dan mi padaju na pamet genijalne, kreativne ideje	DA	NE
2	Mogu vladati svakom situacijom kada to poželim	DA	NE
3	Uspjeh je zagantovan ako sam ja vođa grupe	DA	NE
4	Savladao sam svaki izazov koji je u životu stavljen pred mene	DA	NE
5	Desilo se da sam nešto propustio jer sam bio neodlučan/na	DA	NE
6	Moje osobine ličnosti su idealne	DA	NE
7	Desilo se da posumnjam u svoje ljubavničke sposobnosti	DA	NE
8	Moj prvi utisak o ljudima se uvijek pokaže kao tačan	DA	NE
9	Desilo se da se pokajem zbog neke svoje odluke	DA	NE
10	Potpuno mi je svejedno što se nekim ljudima ne sviđam	DA	NE
11	Lako prelazim na Ti kada se obraćam starijim osobama koje poznajem dobro (a koje mi nisu u srodstvu)	DA	NE
12	Redovno pozdravljam i one poznanike koje krajnje površno poznajem	DA	NE
13	Dešavalo mi se da otpatke bacim i na ulicu ili zelenu površinu ako kanta za smeće nije u blizini	DA	NE
14	Uglavnom bez pogovora izvršavam naloge nadređenih/starijih	DA	NE
15	Izuzetno poštujem tradiciju i običaje	DA	NE
16	Teško mi je nešto da slažem, čak i ako je to neophodno da uradim	DA	NE
17	Pažljiv sam sagovornik koji sasluša druge bez prekidanja, čak i ako se protivim onome što čujem	DA	NE
18	Kada dam riječ da ću nešto uraditi do određenog vremena, to ispunim, ma koliko me to koštalo	DA	NE
19	Radim i na svoju štetu, ako time mogu da pomognem drugome koji se nalazi u još većoj nevolji	DA	NE
20	Trudim se da poštujem zakone i pravila, pa makar ih drugi oko mene kršili	DA	NE
21	Nikad nisam psovao/la	DA	NE
22	Ponekad pomislim neke stvari za koje bi me bilo stid da ih drugi saznaju.	DA	NE
23	Desilo mi se da otačam/ogovaram druge ljude	DA	NE
24	Ako je bilo potrebno, znao/la sam nekad slagati	DA	NE
25	Dogodilo mi se da pozavidim nekome na onome što ima	DA	NE

26	Znao/la sam nepravedno okriviti druge	DA	NE
27	Obraduje me kada neko nauči pameti mrske/nesimpatične osobe	DA	NE
28	Ako bi slučajno čuo da neko vodi zanimljiv privatni razgovor, oslušnuo bih da čujem šta se govori	DA	NE
29	Desilo se da se veselim tuđem neuspjehu	DA	NE
30	Bilo je situacija kada mi je prošlo kroz glavu da nekoga udarim	DA	NE

HVALA NA SARADNJI!

Изјава 1

Прилог 3.

ИЗЈАВА О АУТОРСТВУ

Изјављујем да је
мастер/магистарски рад

Наслов рада РЕЛАЦИЈЕ МУЛТИДИМЕНЗИОНАЛНИХ КОНСТРУКАТА СОЦИЈАЛНЕ
ПОЖЕЛНОСТИ И РЕЛИГИОЗНОСТИ

Наслов рада на енглеском језику RELATIONS BETWEEN MULTIDIMENSIONAL
CONSTRUCTS OF SOCIAL DESIRABILITY AND RELIGIOSITY

резултат сопственог истраживачког рада,

да мастер/магистарски рад, у цјелини или у дијеловима, није био предложен за добијање било које дипломе према студијским програмима других високошколских установа,

да су резултати коректно наведени и

да нисам кршио/ла ауторска права и користио интелектуалну својину других лица.

У Бањој Луци 30.03.2018.

Потпис кандидата

Џасмина -

PRILOG 6

Изјава 2

Изјава којом се овлашћује Филозофски факултет/ Академија умјетности
Универзитета у Бањој Луци да мастер/магистарски рад учини јавно доступним

Овлашћујем Филозофски факултет/ Академију умјетности Универзитета у Бањој
Луци да мој мастер/магистарски рад, под насловом

Релације мултидимензионалних конструкција социјалне
повећаности и репозитивности

који је моје ауторско дјело, учини јавно доступним.

Мастер/магистарски рад са свим прилозима предао/ла сам у електронском формату,
погодном за трајно архивирање.

Мој мастер/магистарски рад, похрањен у дигиталној репозиторијум Универзитета
у Бањој Луци, могу да користе сви који поштују одредбе садржане у одабраном типу лиценце
Креативне заједнице (*Creative Commons*), за коју сам се одлучио/ла.

1. Ауторство
2. Ауторство - некомерцијално
3. Ауторство - некомерцијално - без прераде
4. Ауторство - некомерцијално - дијелити под истим условима
5. Ауторство - без прераде
6. Ауторство - дијелити под истим условима

(Молимо да заокружите само једну од шест понуђених лиценци, кратак опис лиценци дат је
на полеђини листа).

У Бањој Луци 30.03.2018.

Потпис кандидата

Жасанчић

PRILOG 7

Изјава 3

**Изјава о идентичности штампане и електронске верзије
мастер/магистарског рада**

Име и презиме аутора Уна Јасачић

Наслов рада Реализација мултидимензионалних конструкција социјалне
кохезијности и религиозности

Ментор Др Срђан Јукић, ванредни
професор

Изјављујем да је штампана верзија мог мастер/магистарског рада идентична електронској верзији коју сам предао/ла за дигитални репозиторијум Универзитета у Бањој Луци.

У Бањој Луци 30.03. 2018.

Потпис кандидата

Јасачић

УНИВЕРЗИТЕТУ У БАЊОЈ ЛУЦИ
ПОДАЦИ О АУТОРУ ОДБРАЊЕНОГ МАСТЕР/МАГИСТАРСКОГ РАДА

Име и презиме аутора мастер/магистарског рада:

Уна Касагић

Датум, мјесто и држава рођења аутора:

04. јули 1988., Бања Лука, РС/БиХ

Назив завршеног факултета/Академије аутора и година дипломирања:

Филозофски факултет у Бањој Луци, 2010. године

Датум одбране завршног/дипломског рада аутора: /

Наслов завршног/дипломског рада аутора: /

Академско звање коју је аутор стекао одбраном завршног/дипломског рада:

Дипломирани психолог

Академско звање које је аутор стекао одбраном мастер/магистарског рада:

Магистар психологије

Назив факултета/Академије на коме је мастер/магистарски рад одбрањен:

Филозофски факултет у Бањој Луци

Наслов мастер/магистарског рада и датум одбране:

Релације мултидимензионалних конструката социјалне пожељности и религиозности,

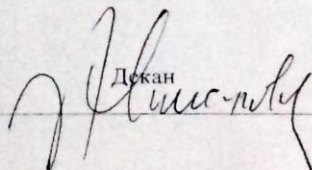
18. Октобар 2017. године

Научна област мастер/магистарског рада према CERIF шифрарнику: S260

Имена ментора и чланова комисије за одбрану мастер/магистарског рада:

1. Др Срђан Душанић, ванредни професор Филозофског факултета у Бањој Луци, ментор и председник комисије
2. Др Сања Радетић Ловрић, ванредни професор Филозофског факултета у Бањој Луци, члан комисије
3. Др Синиша Лакић, доцент Филозофског факултета у Бањој Луци, члан комисије

У Бањој Луци, дана 30.03.2018.

Декан


PRILOG 9

BIOGRAFIJA

Una (Zoran) Kasagić

78 000 Banja Luka

kasagicuna@gmail.com

Rođena je 04. 07. 1988. godine u Banjoj Luci.

U Banjoj Luci je završila osnovnu i srednju školu. Srednju Ugostiteljsko-trgovinsko turističku školu je završila 2007. godine zvanjem turističkog tehničara. Iste godine je upisala prvi ciklus studijskog programa psihologije na Filozofskom fakultetu, Univerziteta u Banjoj Luci. Prvi ciklus studija je završila 2010. godine s prosjekom 9,08 na osnovu kog je primala stipendiju Ministarstva prosvjete i kulture Republike Srpske. Nakon pauze od nekoliko godina, drugi ciklus studija (master) je upisala 2014. godine, takođe na Odsjeku za psihologiju, Filozofskog fakulteta u Banjoj Luci.

Pored maternjeg, odlično govori engleski jezik.

PRILOG 10

KOMISIJA ZA OCJENU MASTER RADA “RELACIJE MULTIDIMENZIONALNIH KONSTRUKATA SOCIJALNE POŽELJNOSTI I RELIGIOZNOSTI“ KANDIDATKINJE UNE KASAGIĆ

**NAUČNO-NASTAVNOM VIJEĆU
FILOZOFSKOG FAKULTETA
BANJA LUKA**

Na sjednici Naučno-nastavnog vijeća Filozofskog fakulteta u Banjoj Luci imenovana je Komisija za ocjenu master rada “Relacije multidimenzionalnih konstrukata socijalne poželjnosti i religioznosti“ kandidatkinje Une Kasagić

Komisija je radila u sastavu:

1. dr Srđan Dušanić, vanredni profesor Filozofskog fakulteta u Banjoj Luci, predsjednik
2. dr Sanja Radetić Lovrić, vanredni profesor Filozofskog fakulteta u Banjaoj Luci, član
3. dr Siniša Lakić, docent Filozofskog fakulteta u Banjoj Luci, član

Nakon uvida u završni rad, Komisija podnosi sljedeći

IZVJEŠTAJ

1. Podaci o kandidatkinji

Rođena 04. 07. 1988. godine u Banjoj Luci. U Banjoj Luci završila osnovnu i srednju školu. Srednju Ugostiteljsko-trgovinsko turističku školu završila 2007. godine zvanjem turističkog tehničara. Iste godine upisala prvi ciklus studijskog programa psihologije na Filozofskom fakultetu, Univerziteta u Banjoj Luci. Prvi ciklus studija završila 2010. godine s prosjekom 9,08 na osnovu kog je primala stipendiju Ministarstva prosvjete i kulture Republike Srpske. Nakon pauze od nekoliko godina, drugi ciklus studija (master) upisala 2014. godine, takođe na Odsjeku za psihologiju, Filozofskog fakulteta u Banjoj Luci. Pored maternjeg, odlično se služi engleskim jezikom.

2. Obim i struktura rada

Master rad je pisan u A 4 formatu, font Times New Roman, veličina 12, prored 1,5. Strukturu rada čine sljedeća poglavlja:

Teorijski uvod

Metod

Rezultati

Diskusija i zaključak

Literatura

Prilozi

Teorijska rasprava je organizovana kroz objašnjenja fenomena: pojam religioznosti, multidimenzionalni pristup religioznosti, socijalna poželjnost, relacije religioznosti i socijalne poželjnosti. Poslije toga su predstavljeni rezultati ranijih istraživanja o odnosu religioznosti i socijalne poželjnosti.. Uvod ima ukupno četiri teorijska dijela i šest podnaslova. Na kraju teorijske rasprave određen je problem i cilj istraživanja, te osnovne pretpostavke. Rezultati su prikazani kroz četiri poglavlja.

3. Teorijska zasnovanost i metodološka utemeljenost istraživanja

Problem istraživanja

Problem koje donosi ovo istraživanje je ispitivanje veza između više dimenzija religioznosti i više dimenzija socijalne poželjnosti nedavno adaptiranim instrumentima čiji su ajtemi formirani na novijim saznanjima iz oblasti religioznosti i socijalne poželjnosti. U dosadašnjim istraživanjima religioznost i socijalna poželjnost su se uglavnom posmatrale i izučavale dvodimenzionalno, a mi unosimo novinu posmatrajući oba konstrukta višedimenzionalno sa jasno odvojitivim dimenzijama.

Cilj istraživanja

Cilj ovog istraživanja je ispitivanje relacija između dimenzija religioznosti i socijalne poželjnosti. Kako je već utvrđeno prethodnim, uglavnom inostranim istraživanjima, postoji određena veza između religioznosti i socijalne poželjnosti, kako u globalu tako i sa njenim pojedinačnim dimenzijama. Odnosno, postoji opšta tendencija da religiozniji ispitanici u prosjeku daju više socijalno poželjnih odgovora, od onih manje religioznih. Oba konstrukta su višedimenzionalna i doživjela su razvoj, te je ovakav vid ukrštanja dimenzija relativno noviji i potrebno ga je istražiti. Takođe, jedan od ciljeva je i upotreba nedavno adaptiranih instrumenata koji bi mogli dati svježiji uvid u pojedinačne konstrukte, kao i u prirodu njihove veze.

Hipoteze

Postavljeno je pet hipoteza čija je podrška uglavnom pronađena u istraživanjima starijeg datuma gdje su korišteni drugačiji instrumenti čija je operacionalizacija dimenzija, kao i pojedinačnih ajtema oba konstrukta imala uticaj na ishode istraživanja.

Kandidatkinja potkrepljuje hipoteze pozivajući se na rezultate brojnih istraživanja koja su pokazala da su intrinzički religiozni ispitanici davali više socijalno poželjnih odgovora (Leak i Fish, 1989; Tetlock i Manstead, 1985; Trimble, 1997; Sedikides & Gebauer, 2010; Burris & Navara, 2002; Batson et al., 1978; Alicke et al., 1995; Alicke & Govorun, 2005), pa u skladu s tim postavlja naredne hipoteze:

1. Osobe koje pokazuju veći nivo religioznog znanja pokazuju i veću tendenciju ka socijalno poželjnom odgovaranju
2. Osobe koje pokazuju veći nivo religioznih uvjerenja pokazuju i veću tendenciju ka socijalno poželjnom odgovaranju
3. Osobe koje pokazuju veći nivo religioznog iskustva pokazuju i veću tendenciju ka socijalno poželjnom odgovaranju
4. Osobe koje pokazuju veći nivo religioznog altruizma pokazuju i veću tendenciju ka socijalno poželjnom odgovaranju

5. Osobe koje pokazuju veći nivo religioznih aktivnosti ne pokazuju tendenciju ka socijalno poželjnom odgovaranju

Uzorak

Uzorak za ovo istraživanje je prigodni i to iz populacije mladih od 19 do 35 godina. U istraživanju je učestvovao 761 ispitanik i to 203 ispitanika muškog pola (26, 2 %) i 558 ispitanika ženskog pola (72 %). Najmlađi ispitanik iz uzorka ima 17, a najstariji 39 godina. Najveći broj ispitanika iz uzorka su studenti 89, 8 % i to 45, 3 % s Filozofskog fakulteta u Banjoj Luci. Ispitanici su većinski naveli Banju Luku kao mjesto prebivališta (50, 2 %), a 61, 5 % ispitanika živi u gradu. Većina, 89, 4 % ispitanika se izjasnilo da su srpske nacionalne pripadnosti, 82, 1 % da su pravoslavne vjeroispovijesti, a 60, 3 % da su religiozni. Istraživanja iz sličnih oblasti su za uzorak uzimala adolescente ili studente, uglavnom iz praktičnih razloga i dostupnosti ove populacije. Mi smo se takođe odlučili za uzorak studenata prvenstveno iz praktičnih razloga, a potom da pokušamo sagledati relacije ovih konstrukata iz perspektive mladih. Instrumenti koje smo koristili u istraživanju nisu osjetljivi na uzrast tako da sam odabir ovakvog uzorka nije mogao remetiti tok ispitivanja.

Instrumenti

Za potrebe istraživanja korištena su dva instrumenta. Instrument za ispitivanje dimenzija religioznosti RELSPALT, te adaptirana i skraćena skala socijalno poželjnog odgovaranja 3IDR.

RELSPALT upitnik sadrži 43 ajtema za procjenu odnosa prema religiji. Instrumentom se procjenjuje odnos ispitanika prema religiji i to na sedam dimenzija: Religiozno znanje, Religiozna uvjerenja, Religiozna iskustva, Religiozni altruizam, Tradicionalno-institucionalna religioznost, Intrinzička religioznost i Religiozne aktivnosti. Dimenzije u upitniku su kombinacija dimenzija autora koji su zastupali dimenzionalni pristup religioznosti (Allport & Ross, 1967; Glock & Stark, 1968; Pantić, 1988; Aargyle, 2000, prema Dušanić, 2007). Upitnik je adaptiran i provjeren u nekoliko istraživanja (Dušanić, 2016; Dušanić et al., 2015). Dimenzije

religioznosti se opisuju i operacionalizuju kao:

1. Religiozno znanje - znanje o sopstvenoj religiji stečeno kroz vjerske spise (Koji od Hristovih bliskih sljedbenika ga se tri puta odrekao? Ispitanici odgovaraju na ova pitanja samo ukoliko su hrišćani kojima pripada većina ispitanika iz uzorka, 82, 1 %).
2. Religiozna uvjerenja - lično vjersko iskustvo, odnosno u kojoj mjeri ljudi imaju određena religiozna uvjerenja (Vjerujem da Bog postoji).
3. Religiozna iskustva - doživljavanje kontakta sa natprirodnim (Imao/la sam doživljaj Božijeg prisustva i njegove energije).
4. Religiozni altruizam – uticaj religioznosti na čovjekov svakodnevni život (Moja briga prema ljudima je bazirana na ljubavi prema Bogu).
5. Tradicionalno-institucionalna religioznost – instrumentalna, zbog čega se ljudi angažuju u aktima pobožnosti i poštovanja vjere (Izuzetno poštujem vjerske službenike (sveštenike) i vjerujem im).
6. Intrinzička religioznost - slobodno izabrana, samovoljno prihvaćena od strane vjernika (Važno mi je provesti neko vrijeme u samostalnoj molitvi ili meditaciji).
7. Religiozne aktivnosti – učestalost praktikovanja vjerskih aktivnosti (Koliko često ideš u bogomolju da bi prisustvovao/la vjerskim obredima?).

3IDR (Lakić, 2017) upitnik predstavlja kombinaciju odabranih ajtema iz BIDR i CIDR instrumenata kojim se procjenjuju dva različita konstrukta koja se podvode pod pojam socijalnog poželjnog odgovaranja: Samopoboljšanje (ili Samozavaravanje, odnosno Self-enhancement) i Upravljanje utiskom (Impression Management), te ajtema koji su namjenski kreirani za procjenjivanje socijalno poželjne orijentacije osobe nezavisne od situacije procjenjivanja. Konačna verzija instrumenta ima 30 ajtema (po 9 skale Samopoboljšanja i Socijalno poželjne orijentacije ličnosti, a Upravljanje utiskom 12) na koje ispitanici odgovoravaju sa Da i Ne.

U prilog faktorske valjanosti instrumenta govore rezultati eksploratorne faktorske analize na

uzorku iz ovog istraživanja (n = 761). Ustanovljeno je da ne postoji nadređeni faktor socijalne poželjnosti koji bi opravdavao izračunavanje jednog skora.

Interna konzistentnost je zadovoljavajuća. Za skale Samopoboljšanje, Socijalno poželjne orijentacije ličnosti i Upravljanje utiskom se dobijaju alfa koeficijenti .71, .76 i .84, čije su vrijednosti identične ukupnim omega koeficijentima. Viši skorovi označavaju veću izraženost procjenjivanih konstrukata.

Postupak prikupljanja podataka

Podaci su se prikupljali online (GoogleForm) i metodom papir-olovka. Online forma je kreirana kao olakšica u prikupljanju uzorka s obzirom na to da se većina ispitanika iz populacije studenata koristi internetom i društvenim mrežama. U online formi je jasno naznačeno uputstvo za popunjavanje upitnika, te informacije u vezi sa anonimnošću, upotrebom podataka i svrsi istraživanja. Što se tiče metode papir-olovka, prije podjele upitnika ispitanici su također dobili informacije o svrsi istraživanja, anonimnosti i upotrebi podataka. Ispitanici koji su upitnike popunjavali metodom papir-olovka su većinom sa Filozofskog fakulteta u Banjoj Luci i to odsjeka psihologija, predškolsko vaspitanje, pedagogija, razredna nastava, istorija i filozofija. Prosječno vrijeme popunjavanja oba upitnika je iznosilo 15 minuta.

4. Rezultati istraživanja

Rezultati sprovedenog istraživanja su pokazali da je dimenzija Religiozno znanje negativno povezana sa dimenzijama Samopoboljšanje i Socijalno poželjna orijentacija ličnosti, a pozitivno sa dimenzijom Upravljanja utiskom.

Korelacije dimenzija Religiozna uvjerenja su negativne sa dimenzijama Samopoboljšanje i Upravljanje utiskom. To znači da osobe sa većim ličnim vjerskim iskustvom ne pokazuju izraženije nesvjesno samozavaravanje, niti svjesno manipulišu utiscima da bi se drugima prikazali u pozitivnijem svjetlu. Dobijeno je i da ispitanici sa većim ličnim vjerskim iskustvom posjeduju izraženiju socijalnu poželjnu orijentaciju ličnosti.

Jedina pozitivna i statistički značajna korelacija religioznog iskustva je dobijena sa dimenzijom Socijalno poželjna orijentacija ličnosti, dok je sa ostale dvije (Samopoboljšanje i Upravljanje utiskom) negativna i statistički neznčajna.

Kod dimenzije Religiozni altruizam dobijene korelacije su nešto drugačije od dimenzija Religioznog uvjerenja i Religioznog iskustva, s obzirom na to da sve tri imaju karakteristike intrinzičke religioznosti koje se odnose na bezuslovno vjerovanje, te slobodan odabir onoga u šta vjerujemo i načina na koji vjerujemo. Naime, rezultati su pokazali da je korelacija sa dimenzijom Samopoboljšanje pozitivna i statistički značajna što bi značilo da su ispitanici kojima religioznost više utiče na svakodnevni život, skloniji samozavaravanju, odnosno pozitivnom samoopisu u koji su uvjereni da je istinit, a pri tom imaju i izraženiju socijalno poželjnu orijentaciju ličnosti, jer je i s njom u pozitivnoj korelaciji.

Posljednja postavljena hipoteza koja pretpostavlja da osobe koje pokazuju veći nivo religioznih aktivnosti ne pokazuju tendenciju ka socijalno poželjnom odgovaranju, je takođe opovrgnuta. Naime, dimenzija Religiozne aktivnosti je u pozitivnoj korelaciji sa sve tri dimenzije socijalne poželjnosti, mada samo sa dimenzijom Socijalno poželjne orijentacije ličnosti u statistički značajnoj. Ispitanici koji više praktikuju religiozne aktivnosti imaju tendenciju da se prikazuju-u pozitivnijem svjetlu.

Zaključak i prijedlog

Master rad pod naslovom "Relacije multidimenzionalnih konstrukata socijalne poželjnosti i religioznosti" kandidatkinje Une Kasagić je složena, teorijski i praktično veoma značajna tema iz oblasti psihologije religije. Primarni cilj je utvrđivanje relacija između multidimenzionalnih konstrukata religioznosti i socijalne poželjnosti, sa glavnom prepostavkom da na našim prostorima izjašnjavanje o religioznosti je praćeno i socijalno poželjnim odgovaranjem.

Rezultati pokazuju da postoje statistički značajne korelacije između određenih dimenzija socijalne poželjnosti i religioznosti, ali ne u situacionom, nego u kontekstu crta ličnosti. Naime, pokazalo se da religiozniji ispitanici posjeduju socijalno poželjnu orijentaciju ličnost, a ne kontekstom izazvanu tendenciju davanja socijalno poželjnih odgovora.


Realizacijom ove master teze su prevaziđeni određeni nedostaci koji su postojali u empirijskom kontekstu proučavanja religioznosti na našim prostorima. Treba napomenuti da je rad u teorijsokmi metodološkom smislu urađen u skladu sa prpisanim standardima i principima koje podrazumjeva jedna master teza.

Na osnovu navedenog, predlažemo Naučno-nastavnom vijeću Filozofskog fakulteta u Banjoj Luci da prihvati Izvještaj komisije o ocjeni master rada pod naslovom "Relacije multidimenzionalnih konstrukata socijalne poželjnosti i religioznosti" kandidatkinje Une Kasagić

Banja Luka, 29. 08. 2017. godina.

ČLANOVI KOMISIJE:


dr Srđan Dušanić, predsjednik


dr Sanja Radetić Lovrić, član


dr Siniša Lakić, član